

#VAALIT2015

LIVE-TVIITTAAMINEN VAALIKESKUSTELUN AIKANA

Annina Eloranta

Puheviestinnän pro gradu -tutkielma

Syksy 2015

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

Tampereen yliopisto

TAMPEREEN YLIOPISTO

Yksikkö Viestinnän, median ja teatterin yksikkö	
Tekijä Annina Eloranta	
Työn nimi #vaalit2015 – Live-tviittaaminen vaalikeskustelun aikana	
Oppiaine Puheviestintä	Työn laji Pro gradu -tutkielma
Aika Elokuu 2015	Sivumäärä 104 sivua + 2 liitesivua
<p>Tiivistelmä</p> <p>Televisioidut vaalikeskustelut ovat herättäneet keskustelua jo vuosikymmenten ajan. Nykyisin vaalikeskustelut ovat vaalikampanjoinnin keskeisimpiä tapahtumia, joita kommentoidaan perinteisen median lisäksi myös sosiaalisessa mediassa. Erityisesti Twitterissä käydään vilkasta poliittista keskustelua. Live-tviittaaminen tarkoittaa sitä, että television katselemisen lisäksi käytetään Twitteriä esimerkiksi tviittien lukemiseen, kirjoittamiseen, kommentoimiseen tai uudelleentviittamiseen. Live-tviittaaminen on sosiaalista katsomista, joka mahdollistaa reaaliaikaisen vuorovaikutuksen käyttäjien välillä.</p> <p>Tutkielman tavoitteena oli selvittää, millaisia vaalikeskustelun aikaiset live-tviitit olivat tyyliltään, mitkä teemat herättivät keskustelua, millaisia vaikutelmia puheenjohtajista rakentui live-tviittien perusteella ja mikä live-tviiteissä synnytti vuorovaikutusta. Tutkielman aineisto koostui MTV3:n 18.3.2015 lähetetyn kaksituntisen vaalikeskustelun aikaisista tviiteistä, jotka sisälsivät avainsanan #vaalit2015. Keskusteluun osallistuivat kahdeksan suurimman puolueen puheenjohtajat. Aineisto kerättiin ohjelmoidusti ja tviittejä kertyi yhteensä 12 270 kappaletta. Kaikki tviitit käytiin läpi ja luokiteltiin manuaalisesti. Aineisto analysoitiin laadullisen ja määrällisen sisällönanalyysin keinoin.</p> <p>Tutkielman tulosten mukaan live-tviitit olivat tyyliltään yleisimmin kantaa ottavia, eikä esimerkiksi kommenttien referointeja tai toteavia, neutraaleja havaintoja, esiintynyt yhtä paljon. Tviittien aiheet liittyivät useimmiten puolueiden puheenjohtajiin, keskustelun etenemiseen ja luonteeseen sekä talouteen. Vaalikeskustelua pidettiin kiireisenä ja aiheiltaan täyteen ahdattuna, minkä seurauksena keskustelijat taistelivat puheenvuoroistaan ja sortuivat päälle puhumiseen. Puheenjohtajiin liittyvissä tviiteissä korostuivat kommenttien ja poliittisten näkemysten lisäksi esiintymisen ja käytöksen arviointi. Uudelleentviittaaminen oli suosittu vuorovaikutuksen muoto, mutta hektisessä live-tviittamisympäristössä tviitin kommentoiminen oli harvinaista.</p>	
Asiasanat live-tviittaaminen, poliittinen viestintä, puheviestintä, sosiaalinen media, teknologiavälitteinen viestintä, Twitter, viestintä, vuorovaikutus	
Säilytyspaikka Tampereen yliopisto	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TWITTER OSANA SOSIAALISTA MEDIAA.....	7
2.1 Sosiaalinen media käsitteenä.....	7
2.2 Twitter	9
2.3 Live-tviittaaminen	12
3 TEKNOLOGIAVÄLITTEINEN POLIITTINEN VIESTINTÄ.....	16
3.1 Internet poliittisen keskustelun mahdollistajana	16
3.2 Poliittinen keskustelu Twitterissä.....	19
3.3 Suomen eduskuntavaalit 2015 Twitterissä.....	23
3.4 Televisoidut vaalikeskustelut	24
4 POLITIIKAN HENKILÖITYMINEN	28
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	32
5.1 Tutkimusongelma ja -kysymykset.....	32
5.2 Tutkimustraditio	34
5.3 Aineiston keruu	35
5.4 Tutkimusmenetelmä ja aineiston analysointi	36
5.5 Tutkielman eettiset lähtökohdat	39
6 TULOKSET	41
6.1 Live-tviittien perustiedot	41
6.2 Live-tviittien tyylit	42
6.3 Live-tviittien teemat	46
6.4 Live-tviittien tyylien ja teemojen tarkastelu rinnakkain.....	59
6.5 Puheenjohtajista live-tviittien perusteella syntyvät vaikutelmat	62
6.5.1 Tviittien jakautuminen puheenjohtajittain	62
6.5.2 Öykkäröivä Arhinmäki	63
6.5.3 Kiusallisen hyvä Haglund.....	64
6.5.4 Pehmeiden arvojen Niinistö.....	66
6.5.5 Kaksijakoisia tunteita herättävä Rinne	67
6.5.6 Konservatiivi konkari Räsänen	69
6.5.7 Yllättävien letkautusten Sipilä.....	70
6.5.8 Väsähtänyt Soini.....	72
6.5.9 Twitter-suosikki Stubb.....	73

6.6 Vuorovaikutus live-tviiteissä.....	75
6.6.1 Uudelleentviittaukset	75
6.6.2 Vastauksia herättäneet live-tviitit	77
7 POHDINTA	80
7.1 Tulosten tarkastelu	80
7.2 Tutkielman arviointi	91
7.3 Jatkotutkimusehdotukset	96
KIRJALLISUUS.....	98
LIITTEET	105

1 JOHDANTO

Television vaalikeskustelut ovat nykyisin vaalikampanjoinnin keskeisimpiä tapahtumia (Isotalus 2011) ja ne ovat herättäneet keskustelua koko historiansa ajan, aina 1960-luvulta lähtien (Pitkänen 2014). Aikaisemmin keskustelun kannalta keskeistä oli sanomalehtien raportointi (Pitkänen 2014), mutta nykyisin vaalikeskusteluista käsitellään kaikissa medioissa. Sosiaalinen media on tuonut tavalliset kansalaiset entistä vahvemmin mukaan poliittiseen keskusteluun ja tämän päivän vilkkainta poliittista keskustelua sanotaan käytävän Twitterissä. Twitterillä on katsottu olevan erityistä potentiaalia poliittisen keskustelun vaikuttavuuden suhteen (Park 2013). Kevään 2015 eduskuntavaalit olivat ensimmäiset vaalit Suomessa, joissa Twitterin keskusteluilla oli mahdollisuus olla poliittisesti vaikuttavassa asemassa. Eduskuntavaaleja kutsuttiin esimerkiksi hashtag-vaaleiksi (STT Info 2015) ja erityisesti nuorten kansanedustajaehdokkaiden Twitterin käyttö näytti olevan positiivisesti yhteydessä eduskuntaan valituksi tulemisen kanssa (Pönkä 2015).

Tämä tutkielma keskittyy selvittämään, millaista on television vaalikeskusteluiden aikainen live-tviittaaminen. Vaalikeskustelun aikainen live-tviittaaminen perustuu siihen, että keskustelun seuraamisen lisäksi Twitterissä tviitataan omia kommentteja keskusteluun liittyen, luetaan poliittisten tahojen ja organisaatioiden, median ja kansalaisten tviittejä, vastataan muiden tviitteihin, uudelleentviitataan ja yleisesti viestitään muiden Twitterin käyttäjien kanssa (Houston, Hawthorne ym. 2013, 302). Houstonin, McKinneyn ym. (2013, 550) mukaan televisioitun vaalikeskustelun aikainen live-tviittaaminen tarjoaa uudenlaisen kokemuksen, jossa yksilö ei ole rajattu katsomaan vaalikeskustelua yksin tai pienessä ryhmässä esimerkiksi kotona. Twitter sosiaalistaa katselukokemusta, sillä live-tviittaaminen mahdollistaa vuorovaikutuksen käyttäjien välillä, reaaliaikaisen kommentoinnin ja omien näkemysten leviämisen laajalle joukolle. Voidaan puhua myös uudenlaisesta sosiaalisesta katsomisesta (McKinney, Houston & Hawthorne 2014, 558). Twitter-keskustelujen on nähty myös leviävän osaksi perinteisen median raportointia. Nykyään Twitteriä voidaan pitää uudenlaisen kansalaiskeskustelun areenana (Fuchs 2014).

Yhdysvalloissa vuoden 2012 presidentinvaaleja kutsuttiin "Twitter-vaaleiksi" ja Twitterin suosio poliittisen keskustelun areenana kasvoikin huomattavasti presidentinvaalikampanjan aikana (Houston, McKinney ym. 2013). Vaalikampanjan aikana todettiin television vaalikeskusteluihin liittyvän live-tviittaamisen olevan kasvava ilmiö ja vaativan lisää tutkimusta (Houston, Hawthorne ym. 2013; McKinney ym. 2014). Live-tviittaamista on kansainvälisesti tutkittu erittäin niukasti, mutta

kiinnostus on kasvavaa. Tähän mennessä tutkimukset ovat olleet lähinnä kuvailevia, sillä tutkimuksissa on selvitetty tviittien tiheyttä ja määrää, mutta tviittien sisältöä on tutkittu vähemmän (McKinney ym. 2014, 559). Twitterin tutkimukseen onkin kaivattu teoreettisempaa otetta (Hardin 2014).

Poliittisen viestinnän kontekstissa uusien teknologioiden usein toivotaan lisäävän päättäjien ja kansalaisten välistä vuorovaikutusta, aktivoivan kansalaisia politiikkaan ja jopa lisäävän äänestysaktiivisuutta. Twitter mahdollistaa uudenlaisen kansalaiskeskustelun, ja erityisesti live-tviittaaminen on kansalaisten omien näkemysten välistä keskustelua. Live-tviittien sisältöjä tutkimalla tämä tutkielma antaa tilaisuuden tarkastella, millaiset ovat sosiaalisen median mahdollisuudet todellisen kansalaiskeskustelun ja siten koko demokratian ihanteen toimivuuden kannalta (vrt. Fuchs 2014).

Vaalikeskustelun aikaisten live-tviittien sisältöihin pureutumalla tässä tutkielmassa selvitetään, millaisia tviitit ovat tyyliltään, mitkä teemat saavat aikaan eniten Twitter-keskustelua, millaisia vaikutelmia tviitit luovat keskustelussa mukana olleista puolueiden puheenjohtajista ja mikä tviiteissä synnyttää vuorovaikutusta. Aineisto koostuu kevään 2015 eduskuntavaalien alla lähetetyn MTV3:n vaalikeskustelun aikaisista live-tviiteistä. Aineisto analysoitiin laadullisesti ja määrällisesti tarkastellen. Tutkimuksellisen kiinnostavuutensa ja ajankohtaisuutensa lisäksi tutkielma antaa lisätietoa esimerkiksi media-yhtiöille, jotka haluavat tietoa siitä, kuinka herättää tehokkaasti vuorovaikutusta omista mediasisällöistään. On ensiarvoisen tärkeää rakentaa Twitter-viestinnälle teoreettista pohjaa, jota kaivataan kipeästi (Hardin 2014).

2 TWITTER OSANA SOSIAALISTA MEDIAA

2.1 Sosiaalinen media käsitteenä

Viime vuosina sosiaalisen median vaikutus esimerkiksi yhteiskunnan sisällä käytävään kansalaiskeskusteluun on kasvanut. Sosiaalista mediaa käytetään erityisesti poliittisessa kontekstissa ja esimerkiksi Twitter on nähty potentiaalisena areenana poliittisen osallistumisen kannalta. (Stieglitz & Dang-Xuan 2013, 1277.) Uusien viestintäteknologioiden nopea kehitys on vaikuttanut poliittiseen viestintään monin tavoin ja uusien teknologioiden omaksuminen poliittisten toimijoiden joukossa onkin kasvavaa (Salgado 2014, 272). Sosiaalisesta mediasta on tullut tärkeä poliittisen viestinnän kanava, joka mahdollistaa poliittisten instituutioiden ja äänestäjien välisen suoran vuorovaikutuksen. Vuorovaikutus voi parantaa politiikan läpinäkyvyyttä ja saada kansalaiset mukaan poliittiseen päätöksentekoon (Stieglitz & Dang-Xuan 2013, 1289). Sosiaalisen median rooli poliittisen keskustelun mahdollistajana keskustelijan fyysisestä sijainnista ja poliittisista mielipiteistä huolimatta on kiistaton.

Vuonna 2012 Tilastokeskuksen mukaan 90 prosenttia suomalaisista oli käyttänyt internetiä viimeisen kolmen kuukauden aikana ja 64 prosenttia käyttää internetiä joka päivä. Suomalaisista 49 prosenttia kuuluu johonkin yhteisöpalveluun eli käyttää sosiaalista mediaa. Nuorten ikäluokkien keskuudessa luvut ovat vielä suurempia. (Laaksonen, Matikainen & Tikka 2013, 10.) Älypuhelisten yleistymisen myötä internet on läsnä kaikkialla ja erityisesti yhteisöpalveluja käytetään entistä enemmän mobiililaitteille suunnattujen sovellusten avulla. Samalla erilaiset yhteisöpalvelut ovat näyttäneet nousevan yhä suosituimmiksi etenkin nuorten keskuudessa.

Internetin käyttäjien merkitystä korostavaa kulttuurinmuutosta on kuvattu käsitteellä sosiaalinen media. Vaikka sosiaalisen median käsitettä onkin kritisoitu ”sosiaalinen”-sanon monitulkintaisuuden vuoksi, käsite on jo vakiintunut yleiskieleen (Laaksonen ym. 2013, 14). Sosiaalista mediaa on kuvailtu osatekijöidensä summana toiminnallisten piirteidensä kautta ja määritelmiä on tehty erilaisten luokittelujen avulla. Luokittelut ovat ajassa kiinni, joten ne vaihtelevat jopa vuodesta toiseen. Sosiaalinen media liitetään nykypäivän digitaalisen median ilmiöihin, joihin kuuluvat muun muassa blogit, erilaiset verkostoitumissivustot, mikroblogit sekä videoiden ja kuvien jakamiseen tarkoitettut palvelut (Bechmann & Lomborg 2015, 767). Laaksonen ym. (2013, 15) ovat yhdistäneet luokittelujen keskeiset piirteet. Heidän mukaansa sosiaalinen media pitää sisällään seuraavat sisällöt:

- Yhteistuotanto (esimerkiksi Wikipedia)
- Verkostoitumis- ja yhteisöpalvelut (esimerkiksi Facebook ja LinkedIn)
- Sisältöjen jakamiseen keskittyvät alustat (esimerkiksi YouTube ja Flickr)
- Blogit ja mikroblogit (blogialustat ja Twitter)
- Virtuaalimaailmat (esimerkiksi Second Life ja World of Warcraft)
- Verkkokeskustelut (esimerkiksi Suomi 24)

Luokkien rajaaminen on hankalaa, mutta käytännönläheiselle määrittelylle on paikkansa. Sosiaalinen media käsitteenäkään ei ole lähtöisin tieteellisestä keskustelusta, vaan se on käytännöllinen tapa kuvata ja nimetä verkkoympäristöjä (Laaksonen ym. 2013, 16). Määrittelyt osoittavat sosiaalisen median käsitteen laajuuden. Kuten sanottu, monet luokittelut ovat aikasidonnaisia, kun sivustot ja palvelut kehittyvät ja muuttuvat nopeasti. Sosiaalista mediaa käsittelevät tutkimuksetkin keskittyvät tyypillisesti yhteen suosittuun palveluun kerrallaan. Aikaisemmin keskityttiin blogeihin ja keskustelupalstoihin kun taas 2010-luvulla on alettu kiinnittää huomiota enenevissä määrin Twitterin ja Facebookin tutkimukseen (Laaksonen ym. 2013, 16–17).

Koska määrittelyt ovat aikasidonnaisia, sivustojen luokittelun sijaan on tartuttu myös analyttisempaan otteeseen, jonka avulla sosiaalisen median pääpiirteet voitaisiin tuoda paremmin esiin. Siaperä (2012) sanoo, että sosiaalisen median sivustoille tunnusomaista on se, että käyttäjät voivat luoda, jakaa ja ladata sisältöjä, julkaista profiilin ja henkilökohtaisia tietoja sekä olla yhteydessä muihin (Laaksonen ym. 2013, 16). Palveluita päivittävät tavalliset ihmiset, eivät vain media-alan ammattilaiset. Sen lisäksi, että käyttäjät voivat jakaa sisältöä keskenään, he siis myös luovat sisältöä eli toimivat sisällöntuottajina (Bechmann & Lomborg 2013, 767). Internet mahdollistaa sen, että tavallinen kansalainen saa halutessaan oman äänensä kuuluviin. Uudenlaiset viestinnän muodot muokkaavat ihmisten suhdetta mediaan, sillä entiset median yleisöt ja kuluttajat ovat nyt osallistujia ja sisällöntuottajia (Salgado 2014, 271). Bechmannin ja Lomborgin (2013, 767) mukaan sosiaalinen media yhdistää teknologian, vuorovaikutuksen ja käyttäjien tuottamat sisällöt. Internet onkin monimuotoisuudessaan täynnä erilaisia palveluita ja käyttökulttuureita, ja sen sisällä oleva sosiaalinen media rakentuu erilaisista teknologisista, sosiaalisista ja kulttuurisista tasoista (Laaksonen ym. 2013, 17). Yksityisen ja julkisen alueen hämärtyneet rajat ja jatkuva tavoitettavuus ovat myös sosiaalisen median piirteitä, mutta samat piirteet pätevät myös politiikassa, sillä myös poliittista viestintää tapahtuu kellon ympäri (Bimber 2012, 122).

Bechmannin ja Lomborgin (2013, 767) mukaan sosiaalisen median teoreettiseen tarkasteluun liittyy kolme tärkeää asiaa. Ensinnäkin viestintä ei ole institutionalisoitunutta. Kun mediayhtiöt eivät tuota sisältöä eivätkä valvo viestintäkanavia, käyttäjät itse luovat kuluttamansa sisällön ja toimivat lisäksi ikään kuin suodattimena sen suhteen, mikä on olennaista sisältöä jaettavaksi käyttäjien kesken. Toiseksi käyttäjät ovat sisällöntuottajia, eli tavalliset käyttäjät ovat aktiivisia median tuottajia ja jakajia. Kolmanneksi viestintä on vuorovaikutteista ja verkostoitunutta. Vuorovaikutus käyttäjien välillä on sosiaalisen median edellytys. Vuorovaikutteisuuden takia sosiaalisen median käyttäjä ei ole vain joko viestin lähettäjä tai vastaanottaja, vaan käyttäjä liikkuu jatkuvasti näiden roolien välillä. Joidenkin sosiaalisen median palveluiden, kuten Twitterin ja Facebookin, rakenne on sellainen, että omien sosiaalisten verkostojen julkituominen on palvelun käyttämisen edellytys. Niinpä sosiaalisen median käyttäjä liittyy usein moniin verkostoihin. Käyttäjät ovat suorassa vuorovaikutuksessa keskenään ilman välikäsiä. Bechmann ja Lomborg (2013, 767) kuitenkin muistuttavat, että koska tietyt yritykset ylläpitävät käyttäjätuotantoa, näillä yrityksillä on valta muokata viestinnän muotoja ja mahdollisuuksia haluamaansa suuntaan. Asymmetrisiä valtarakenteita voi siis muodostua käyttäjien ja yritysten välille. Edellä esitelty määritelmä sosiaalisesta mediasta tuo esiin sen kaksinaisuuden: vaikka käyttäjä onkin sosiaalisen median sisällön suhteen täysivaltainen toimija, valtaa pitävät yritykset voivat samalla hyödyntää käyttäjiä omien päämääriensä saavuttamiseksi.

2.2 Twitter

Twitter on sosiaalisen median palvelu, jossa käyttäjät voivat tehdä itselleen profiilin ja lähettää enintään 140 merkin pituisia viestejä, joita kutsutaan tviiteiksi. Tviittejä lähetetään tviittaajan seuraajille eli hänen verkostolleen. Tviitteihin voi merkitä avainsanoja merkitsemällä haluamansa sanan eteen risuaidan, eli #-merkin. Merkkiä kutsutaan myös sen englanninkielisellä nimellä *hashtag*. Tiettyä aihetta koskevat keskustelut löytyvät avainsanan perusteella samasta paikasta ja avainsanojen avulla Twitteristä voi myös etsiä itseä kiinnostavia tviittejä ja keskusteluja. Tviitteihin voi myös merkitä muita Twitterin käyttäjiä, lisäämällä tviittiin @-merkin ja sen perään käyttäjätunnuksen. Twitter mahdollistaa muiden tviittien uudelleentviittaamisen eli toisen kirjoittaman viestin jakamisen omalle verkostolle, viestin lisäämisen muistiin omiin suosikkeihin ja muiden käyttäjien seuraamisen. Twitterin kävijämäärät ovat kasvaneet tasaisesti vuodesta 2006, jolloin palvelu perustettiin (Huotari 2014, 19). Vuonna 2014 Twitterissä oli maailmanlaajuisesti yli 500 miljoonaa aktiivista käyttäjää (Buschow, Sneider & Ueberheide 2014, 132). Suomessa Nummelan (2013a) reaaliaikaisen laskurin mukaan aikavälillä 7.2.2013–11.8.2015 noin 327 000 Twitterin käyttäjää ovat julkaisseet vähintään yhden suomenkielisen tviitin. Vuonna 2013 Nummela (2013b) on arvioinut, että suomalaisilla on

noin puoli miljoonaa Twitter-tiliä, joista suurinta osaa ei kuitenkaan käytetä aktiivisesti. Arvio pitää sisällään sekä aktiiviset että epäaktiiviset tilit sekä niin yksityishenkilöiden kuin yritystenkin tilit. Vaikka vuoden 2013 arvio Twitter-tilien määrästä on vuonna 2015 todennäköisesti aliarvioitu, Twitter ei ole toistaiseksi saavuttanut Suomessa esimerkiksi Facebookin kaltaista suurta suosiota.

Twitteriä kutsutaan mikroblogiksi, joka on tavallisesta blogista kehittyneempi muoto, ja jossa lähetetään lyhyitä viestejä yleisölle. Jokaisella käyttäjällä on verkosto ihmisistä, jotka seuraavat hänen viestejään. (Fuchs 2014, 179.) Kaksi maailman suosituinta mikroblogia ovat kansainvälisesti tunnettu Twitter ja pääosin kiinalaisten suosima Weibo (Fuchs 2014, 180). Twitterin käyttäjistä 22,7 prosenttia tulee Yhdysvalloista, mikä on suhteellisesti tarkasteltuna suurin osuus yksittäiselle maalle. Toiseksi eniten eli 11,7 prosenttia tulee Japanista. (How popular is twitter.com? 2015.) Twitter on länsimaalaisille käyttäjille ehdottomasti suosituin mikroblogi, sillä toinen maailman suosituimmista mikroblogeista, Weibo, on käytännössä kiinalaisten käyttäjien kansoittama. Weibon käyttäjistä 95 prosenttia on kiinalaisia. Toiseksi eniten käyttäjiä tulee Yhdysvalloista, mutta heitä on vain 2,1 prosenttia. (How popular is weibo.com? 2015.)

Sosiaalisessa mediassa käyttäjät luovat sosiaalisia verkostoja muodostamalla listoja henkilöistä, joiden kanssa heillä on jonkinlainen yhteys. Twitterissä vuorovaikutukseen käyttäjien täytyy kuitenkin seurata muita käyttäjiä, mainita heitä viesteissään tai vastata heidän viesteihinsä (Himmelboim 2014, 81). Uudelleentviittaukset ovat nykypäivänä keskeinen osa Twitterin keskustelukulttuuria (Laaksonen & Matikainen 2013, 200–201). Uudelleentviittaaminen on viestiin vastaamisen lisäksi yksi ainoista mahdollisuuksista vuorovaikuttaa Twitterissä. Usein tviittaaja toivoo tviittinsä herättävän keskustelua eli että hänen tviittiänsä jaettaisiin tai että hänen tviittiänsä vastattaisiin. Avainsanoja käytetään, jotta tviitti voidaan liittää johonkin tiettyyn keskusteluun tai jotta tviitistä kävisi ilmi sen asiayhteys. Twitterille ominainen avainsanojen käyttö luo ainutlaatuisen kirjoitusympäristön. Jonesin (2014, 83) tutkimuksessa analysoitiin avainsanojen käyttöä Yhdysvalloissa vuoden 2009 terveydenhuoltoa koskevan keskustelun yhteydessä. Tutkimuksessa selvitettiin sitä, miten avainsanoja käytettiin keskustelusta viestimiseen ja millaisia sosiaalisia ominaisuuksia avainsanojen käytöllä oli. Tulosten mukaan keskusteluissa käytettiin avainsanoja uusien verkostojen muodostamiseen, eli yhteen keskusteluun pyrittiin vetämään toinen verkosto käyttämällä avainsanoja. Kuten uudelleentviittaamalla ja vastaamalla, avainsanoja käyttämällä voidaan hallita tiedonkulkua Twitterissä (Jones 2014, 104). Tosin vastaamalla ja uudelleentviittaamalla tietoa levitetään vain omalle verkostolle, mutta avainsanojen käytöllä pyritään kiinnittämään tätä suuremman verkoston huomio tiettyyn viestiin tai keskusteluun.

Fuchsin (2014, 190) mukaan vuonna 2013 tyypillinen Twitterin käyttäjä oli 10–34-vuotias lapseton yliopistotutkinnon suorittanut henkilö. Kuten lännessäkin, myös Kiinassa kaupunkilaiset keskiluokkaiset dominoivat mikroblogeja, kun taas ikäihmiset ja kaupunkien ulkopuolella asuvat eivät käytä mikroblogeja samassa mittasuhteessa. Tästä huolimatta Larsson ja Moe (2012, 741) sanovat, että Twitter laajentaa kansalaiskeskustelun raameja. Tutkijoiden mukaan Twitter luo uuden areenan kansalaisten väliselle viestinnälle, sillä esimerkiksi lähes 100 000 tviittiä kuukauden ajanjaksolta Ruotsin valtiopäivävaalien alla todistavat, että kyse on merkittävästä viestinnästä. Tosin, samojen tutkijoiden mukaan muutamit aktiivisimmat käyttäjät tuottavat merkittävän osan kaikista tviiteistä. Poliittisen viestinnän kontekstissa Twitter tarjoaa uuden viestintäkanavan sellaisille ihmisille, jotka jo kuuluvat eliittiin tai jotka ainakin ovat merkittävässä rooleissa mediassa tai erilaisissa poliittisissa ympäristöissä. Suurin osa aktiivisimmista käyttäjistä ovatkin poliitikkoja tai paikkansa vakiinnuttaneita toimittajia ja bloggaajia. (Larsson & Moe 2012, 741.)

Larssonin ja Moen (2012, 741) mukaan Twitteriä käytetään enimmäkseen tiedon levittämiseen, ei keskusteluun. Twitterissä siis lähetetään suurimmaksi osaksi sellaisia viestejä, joita ei ole osoitettu kenellekään tietylle käyttäjälle. Keskustelutarkoituksessa Twitteriä käytetään huomattavasti vähemmän. Fuchs (2014, 199) sanoo, että Twitter on ensisijaisesti tietokanava, ei viestintäväline. Poliittisten tapahtumien, kuten Egyptin vuoden 2011 vallankumouksen ja Wikileaks-keskustelun, aikaisia tviittejä analysoimalla on saatu selville, että poliittiset tviitit ovat tiedonjakamistarkoituksessa lähetettyjä viestejä (*information-based postings*). Tviitit ovat erityisesti uudelleentviittauksia, eivät keskusteluja. Vuorovaikutteiset tviitit ovat suurimmaksi osaksi yhdensuuntaisia yksittäisiä kommentteja, eikä kaksisuuntaista vuorovaikutusta synny. (Fuchs 2014, 199.) Larssonin ja Moen (2012, 741–743) mukaan aktiivisimmat käyttäjät ovat omaksuneet Twitterin vuorovaikutteiset mahdollisuudet muita paremmin, ja he käyttävät sitä keskusteluun enemmän kuin muut. Samat tutkijat toteavatkin, että Twitterin käyttäjät ovat edistyneitä internetin käyttäjiä, joita tutkimalla voidaan ennakoida, miten Twitter ja muut samankaltaiset palvelut muokkaantuvat tulevaisuudessa.

Vuorovaikutus Twitterissä näyttäisi siis pohjautuvan uudelleentviittauksiin, tviittien kommentointiin ja toisten käyttäjien mainintoihin. Lisäksi myös avainsanoja käytetään, jotta tviitti saadaan liitettyksi tiettyyn keskusteluun. Erityisesti uudelleentviittaamalla ja tviitteihin vastaamalla levitetään tietoa omalle verkostolle. Tutkimuksen mukaan Twitter ei ole ensisijaisesti keskustelutarkoitukseen käytetty viestintäkanava, vaan sitä käytetään enemmänkin tiedon jakamiseen. Aktiiviset käyttäjät ovat kuitenkin omaksuneet Twitterin vuorovaikutteiset mahdollisuudet muita paremmin.

Vuorovaikutusta herättävien tviittien sisältöjä onkin syytä tutkia, jotta Twitterin potentiaalia keskusteluareenana voitaisiin hyödyntää entistä paremmin.

2.3 Live-tviittaaminen

Live-tviittaaminen on sitä, kun esimerkiksi televisoidun vaalikeskustelun seuraaja tviittaa samanaikaisesti Twitterissä omia kommenttejaan keskusteluun liittyen, uudelleentviittaa muiden käyttäjien viestejä, vastaa muiden tviitteihin, lukee poliittisten tahojen ja organisaatioiden sekä median ja muiden kansalaisten tviittejä ja yleisesti viestii muiden Twitterin käyttäjien kanssa (Houston, Hawthorne ym. 2013, 302). Houston, McKinney ym. (2013, 550) sanovat, että televisoidun vaalikeskustelun aikainen live-tviittaaminen tarjoaa uudenlaisen kokemuksen, jossa yksilön ei tarvitse katsoa vaalikeskustelua yksin tai pienessä ryhmässä esimerkiksi kotona. Twitterin voi nähdä sosiaalistavan katselukokemusta, sillä live-tviittaaminen mahdollistaa reaaliaikaisen kommentoinnin, käyttäjien välisen vuorovaikutuksen ja omien näkemysten leviämisen laajalle joukolle. Sosiaalinen media luo tilan, jossa televisiota voi katsella "ryhmässä" ja jossa itseilmaisu on mahdollista. Wohn ja Na (2011) toteavat, että vaikka tviittaajat eivät keskustelisi suoraan toistensa kanssa, he käyttävät avainsanoja ja uudelleentviittaavat muiden tviittejä, mikä osoittaa, että tviittaajat haluavat olla osa isompaa ryhmää. Puhutaan uudenlaisesta sosiaalisesta katsomisesta, jonka live-tviittaaminen mahdollistaa (McKinney ym. 2014, 558).

Live-tviittaamista erityisesti poliittisessa kontekstissa on tutkittu vasta vähän ja erityisesti teoreettiselle tviittien sisältöön pureutuvalle lisätutkimukselle on tarvetta (Hardin 2014; McKinney ym. 2014, 559). Tähän mennessä tutkimukset ovat olleet lähinnä kuvailevia ja tviittien sisältöä on tutkittu vähemmän (McKinney ym. 2014, 559). Vähäisen tutkimuksen vuoksi tutkimustulokset ovat toistaiseksi ristiriitaisia esimerkiksi siitä, nauttivatko live-tviittaajat vaalikeskustelusta enemmän kuin ne, jotka eivät live-tviittaa ja lisääkö live-tviittaaminen innostuneisuutta vaalikeskustelua kohtaan (ks. Huotari 2014; Houston, Hawthorne ym. 2013). Monet tulokset ovat kuitenkin yhteneväisiä esimerkiksi siitä, että live-tviittaaminen vaalikeskustelun aikana liittyy positiivisesti keskustelusta oppimiseen ja että tviittaaminen tekee katselukokemuksesta mukaansatempaavampaa (esim. Houston, Hawthorne ym. 2013; Huotari 2014). Seuraavaksi esitellään live-tviittaamisesta tähän mennessä tehtyjen tutkimusten tärkeimmät tulokset.

Houston, McKinney ym. (2013) tutkivat, onko Yhdysvaltojen vuoden 2012 presidentinvaalien vaaliväittelyn aikainen tviittaaminen yhteydessä väittelystä syntyviin mielipiteisiin ja että lisääkö

live-tviittaaminen väittelystä oppimista. Tutkimuksen tulokset osoittavat, että miesosallistujat tviittasivat useammin kuin naisosallistujat. Naisiin verrattuna miehet myös kokivat olevansa innostuneempia poliittisesta kampanjasta ja varmempia poliittisesta tietämyksestään. Tviittaamisen määrän ja poliittisen ideologian välillä ei löydetty yhteyttä, mutta televisioidun väittelyn aikainen tviittaaminen kuitenkin liitetään yleiseen poliittiseen sitoutumiseen ja kiinnostuneisuuteen. Vaikka live-tviittaamisen määrän ei huomattu olevan yhteydessä väittelystä syntyviin asenteisiin, tutkimuksessa huomattiin vaaliväittelyn aikaisen live-tviittaamisen vaikuttavan asenteisiin ehdokkaista. Lisäksi live-tviittien määrä vaalikeskustelun aikana liittyi positiivisesti väittelystä oppimiseen. Syitä oppimiselle voi olla esimerkiksi se, että Twitterin ansiosta tietyt viestit toistuvat enemmän, mikä tekee asioista helpommin muistettavia.

Huotarin (2014) väitöskirjan mukaan live-tviittaaminen antaa televisionkatselijalle mahdollisuuden vaikuttaa omaan katselukokemukseensa. Huotari tutki nuorisolle suunnatun amerikkalaisen *Glee*-televisiosarjan aikaisia live-tviittejä ja haastatteli 21 live-tviittaajaa. Tutkimuksen mukaan live-tviittaaminen tekee kokemuksesta sosiaalisempaa, aktiivisempaa, haastavampaa, tunnepitoisempaa ja mukaansatempaavampaa. Live-tviittaaminen antaa katselijalle vapauden valita sosiaalisen ympäristönsä ja itsevarmuutta vahvistamalla tviittaajan omia mielipiteitä. Twitter tarjoaa miellyttävän ympäristön, jossa on valtaa toimia.

Osa Huotarin (2014) havainnoista on yhdistettävissä poliittisen viestinnän kontekstiin, sillä myös Houstonin, Hawthornen ym. (2013, 301) tutkimuksessa koehenkilöt, jotka tviittasivat televisioväittelyn aikana, kiinnittivät enemmän huomiota väittelyyn kuin ne, jotka eivät tviittaneet. Live-tviittaajat myös pitivät väittelyä tärkeämpänä kuin ne, jotka eivät tviittaneet. Toisin kuin Huotarin (2014) tutkimuksessa, Houston, Hawthorne ym. (2013, 301) huomasivat, ettei tviittaaminen lisännyt innostuneisuutta väittelyn katsomista kohtaan eivätkä live-tviittaajat nauttineet väittelystä enemmän kuin ne, jotka eivät tviittaneet. Live-tviittaajat kuitenkin keskittyivät paremmin väittelyyn ja pitivät väittelyä tärkeämpänä. He myös liittivät positiivisia asenteita poliittisia väittelyitä kohtaan. Live-tviittaamisen mukaansatempaava ja oppimista edesauttava vaikutus voi saada ihmisiä innostumaan ja oppimaan politiikasta, jolloin sillä voi olla yhteys jopa demokratian toteutumiseen.

Buschow ym. (2014) tutkivat määrällisen sisällönanalyysin keinoin Twitterissä tapahtuvaa viestintää saksalaisten televisio-ohjelmien aikana. Twitter-viestintää tutkittiin erilaisten talent-ohjelmien, televisiosarjojen ja poliittisten puheohjelmien aikana. Yhtä lukuun ottamatta millään ohjelmalla ei ollut tutkimushetkellä sosiaalisen median strategiaa, eli ohjelmassa ei viitattu ohjelman

avainsanoihin, kehitetty ohjelmalle omia sovelluksia tai muutoinkaan yritetty herättää katselijoiden välille verkkokeskustelua. Tulosten mukaan tv-ohjelmat herättivät erityylisiä tviittejä. Eroja oli jopa tyyllilajien sisällä. Esimerkiksi *The Voice of Germany* -ohjelman tviitit liittyivät pääosin ohjelman kilpailijoiden arviointeihin ja ne olivat yleisimmin fanien kehuja. Toisen, *Deutschland sucht den Superstar* -nimisen laulukilpailun tviitit olivat yleisemmin negatiivisia ja loukkaavia. Suorana lähetetty visailuohjelma *Beat the Star* herätti tviittejä, jotka liittyivät itse ohjelmaan ja tviitit sisälsivät myös kritiikkiä. Tutkijat toteavat, että poliittiset keskusteluohjelmat saivat vähemmän huomiota kuin tosi-tv-ohjelmat, mutta poliittisiin keskusteluohjelmiin liittyvät tviitit sisälsivät kuitenkin enemmän vuorovaikutusta kuin arviointia keskustelusta ja sen osallistujista. Poliittisiin keskusteluohjelmiin liittyvät tviitit olivat useimmiten uudelleentviittauksia. Poliittisista aiheista tviittaavat henkilöt yleistävät keskusteluohjelmassa käsiteltäviä aiheita yleiseen elämään eli heijastelevat keskustelun aiheita yhteiskunnan tasolla. (Buchow ym. 2014, 144–145.) Myös poliittisten keskusteluohjelmien välillä on varmasti eroja ja niihin vaikuttavat esimerkiksi keskustelunaiheet, keskusteluun osallistuvat henkilöt ja ohjelman vetäjät.

Myös Wohn ja Na (2011) tarkastelivat tutkimuksessaan, millaisia viestejä ihmiset lähettävät Twitterissä katsellessaan televisiota ja miten viestit ovat yhteydessä ohjelmaan, jota he katsovat. Tviittaamista tarkasteltiin Barack Obaman puheen aikana, jolloin hän kertoi ottavansa vastaan Nobelin rauhanpalkinnon. Toinen tarkasteltava ohjelma oli amerikkalainen tosi-tv-ohjelma *So You Think You Can Dance*. Kuten Buchowin ym. (2014) tutkimuksessa, myös Wohn ja Na (2011) päätyivät siihen lopputulokseen, että tviittien sisällöt mukailevat ohjelman sisältöä, eli ihmiset tviittaavat reaktionä siihen, mitä he näkevät. Wohn ja Na (2011) huomasivat tutkimuksessaan vain hyvin lyhyen viiveen ohjelman tapahtumien ja tapahtumia käsittelevien tviittien välillä, mikä osoittaa, että tviittien muotoilu ja sisältö ei pohdita pitkään. Tulos vahvistaa käsitystä siitä, että live-tviittaaminen on välitöntä, nopeaa ja reaktiivista. Tutkijat huomasivat myös, että ihmiset tviittasivat enemmän mainostaukojen aikana. Ilmiö voi selittyä sillä, että ohjelman kerronta muuttuu dramaattisemmaksi juuri ennen mainostaukoa, mikä saa ihmiset keskustelemaan ohjelmasta innokkaammin. Toinen selitys voi olla, että mainostauon aikana ihmiset tylsistyvät ja alkavat kuluttaa aikaa tviittaamalla. (Wohn & Na 2011.)

Larssonin (2013) tutkimuksen tavoitteena oli arvioida ruotsalaisen *Hübinette*-keskusteluohjelman toimittajan ja yleisön välistä vuorovaikutusta Twitterissä noin puolen vuoden ajanjaksolla. Tutkimuksen mukaan vuorovaikutus keskusteluohjelman juontajan ja katsojien välillä oli kysymys-vastaus-tyyppistä eikä pidempikestoisempaa vuorovaikutusta esiintynyt. Tutkimusaineistossa suurin

osa tärkeimmistä tviittaajista (*key users*) paljastui analyysin edetessä toimittajiksi. Tulokset siis vahvistavat toimittajien hallitsevaa asemaa verkossa. Larsson (2013 147–148) toteaa, että vaikka Twitterillä on mahdollisuuksia toimittajien ja yleisön väliseen vuorovaikutukseen, potentiaali jää todennäköisesti vain piileväksi, jos yleisö ei osallistu keskusteluun aiempaa enemmän. Tutkimuksessa puolen vuoden ajanjakson aikana tviittien lähetystiheys oli nopeimmillaan silloin, kun keskusteluohjelmaa lähetettiin. Vaikka Larssonin (2013) tutkimus ei käsitellyt varsinaisesti live-tviittaamista, tutkimuksen havainto siitä, että tviittausaktiivisuus oli korkeimmillaan keskustelun aikana, viittaa siihen, että ohjelman katsojat live-tviittasivat keskustelun aikana. Tutkimuksesta kävi kuitenkin ilmi, että Twitter-keskustelun tyyli oli yksinkertaista kysymyksiin vastaamista, mikä viittaa siihen, ettei Twitterin potentiaalia keskusteluareenana hyödynnetty suuressa mittakaavassa. Coddington, Molyneux ja Lawrence (2014) puolestaan tutkivat Twitterissä olevien politiikan toimittajien tviittaamista Yhdysvaltojen vuoden 2012 presidentinvaalikeskustelun aikana. Tutkimuksen tulosten mukaan jopa 60 prosenttia tviiteistä heijasti perinteistä ammatillista objektiivisuutta: tviiteissä vain kerrottiin, mitä poliitikko oli sanonut. 15 prosenttia tviiteistä sisälsi osoituksen siitä, että poliitikon väite itse asiassa oli tosi tai epätosi. Näissä tviiteissä on esitetty todistusaineistoa siitä, että poliitikon väite joko pitää tai ei pidä paikkansa. Kaikki poliittisten toimittajien ja kommentaattoreiden tviitit koostuivat pääosin kuitenkin ”hän sanoi” -tyyppisistä perinteisistä kommenteista, eivätkä ne sisältäneet tiedontarkistusta (*fact-checking*).

Oletettavaa on, että kansalaisten tviitit ovat kärkevämpiä ja arvioivampia kuin toimittajien tviitit, jolloin toimittajilla on mahdollisuus hyödyntää kansalaisten tviittejä ja samalla säilyttää oma ammatillinen objektiivisuutensa. Twitterissä on myös tyypillistä, että keskusteluun osallistutaan lähettämällä linkkejä blogeihin tai laajempiin mediasisältöihin. Live-tviittaamisessa linkkien lähettäminen on kuitenkin käytännössä hankalaa nopearytmisyyden takia, joten keskustelu koostuu lähinnä käyttäjien omista näkökulmista eikä ulkopuolisiin auktoriteetteihin vetoamisesta. Näin ollen live-tviittaamista voidaan paremmin kuin muuta Twitterin käyttöä pitää varsinaisena kansalaisten välisenä keskusteluna.

3 TEKNOLOGIAVÄLITTEINEN POLIITTINEN VIESTINTÄ

3.1 Internet poliittisen keskustelun mahdollistajana

Internetin leviäminen yhä laajemmalle koskettamaan yhteiskunnan eri rakenteita on herättänyt sekä toiveita että pelkoja siitä, miten se vaikuttaa politiikkaan. Teknologian kehitys on mahdollistanut sen, että kansalaiset voivat jakaa ideoitaan ja ehdotuksiaan verkossa, mutta kehitys vaikuttaa myös politiikkaan ja politiikan menettelytapoihin. Teknologian kehitys on herättänyt esimerkiksi kysymyksen siitä, lisääkö teknologia aktivismia ja politiikkaan osallistumista (Salgado 2014, 273).

Bimber (2012, 116) sanoo, että uudet teknologiat vaikuttavat siihen, miten ihmiset osallistuvat politiikkaan. Jo 2000-luvun puoliväliin mennessä monet tutkimukset olivat osoittaneet, että poliittisella osallistumisella ja internetin käytöllä on positiivinen yhteys (Bimber 2012, 116). Bimber (2012, 117–118) selittää yhteyttä kolmella tapaa. Ensinnäkin digitaalinen media tarjoaa politiikasta kiinnostuneille valtavan määrän tietoa politiikasta ja siitä, miten politiikkaan voi osallistua. Verkosta löytyy vaihtoehtoja valikoida tietoa poliittisten mieltymysten mukaisesti ja digitaalinen media myös vähentää kustannuksia osallistua politiikkaan. Toiseksi digitaalinen media on luonut tiiviimmän poliittisen viestinnän muodon, jossa kansalaiset voivat viestiä nopeastikin esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ja jakaa keskenään osallistumiseen kannustavia viestejä. Poliitiikan eliitit pystyvät muokkaamaan viestejä sopiviksi haluamilleen ryhmille. Digitaalinen media on siis positiivisesti yhteydessä osallistumiseen lisäämällä kansalaisten altistumista osallistumiseen kannustaville viesteille. Kolmanneksi niille ihmisille, jotka ovat päättäneet osallistua poliittiseen toimintaan, digitaalinen media toimii välineenä, jonka avulla osallistuminen on mahdollista. Digitaalinen media on siis ympäristö, jossa politiikasta kiinnostuneet kansalaiset voivat toimia. Voidaankin todeta, että median käyttäminen ei välttämättä johda poliittiseen osallistumiseen, vaan poliittinen toiminta pikemminkin johtaa median käyttämiseen.

Tutkimuksen mukaan sosiaalisen median käyttö voi edesauttaa politiikkaan osallistumista. Cohen ja Kahne (2012) toteavat, että Yhdysvalloissa etnisestä ryhmästä riippumatta merkittävä osa nuorista osallistuu verkossa poliittiseen toimintaan (*participatory politics*). Tällä tarkoitetaan esimerkiksi poliittisen ryhmän perustamista netissä, blogin kirjoittamista poliittisesta aiheesta tai poliittisten videoiden levittämistä ystäville. Nuorille tyypillinen politiikkaan osallistuminen on vuorovaikutteista ja sen mahdollistavat uudenlaiset digitaalisen median alustat. Verkossa politiikkaan osallistuneet yli

18-vuotiaat yhdysvaltalaiset äänestivät vuoden 2010 senaattivaaleissa kaksi kertaa todennäköisemmin kuin ne nuoret, jotka eivät olleet aktiivisia. Poliittikkaan osallistuneista nuorista yhteensä 90 prosenttia joko äänesti vaaleissa tai oli muutoin poliittisesti aktiivinen. (Cohen & Kahne 2012.) Sosiaalisen median helppous ja vaivattomuus laskee nuorten kynnystä osallistua poliittiseen toimintaan. Merkittävää erityisesti nuorten kannalta on se, että sosiaalisen median mahdollistama poliittinen osallistuminen voi lisätä äänestysinnostusta. Suomessa nuorten äänestysaktiivisuutta tutkineet Wass ja Lahtinen (2015) ovat todenneet, että motivoitu nuori äänestää. Tutkijat toteavat, että nuoren osallistumisen kannalta on tärkeää, että käsitys omista vaikuttamismahdollisuuksista on kannustava. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisussa "Lasten ja nuorten osallistuminen päätöksentekoon Suomessa" todetaankin, että sosiaalinen media on lapsille ja nuorille tärkeä media, jonka hyödyntämistä lasten ja nuorten osallistumisen edistämiseen on rohkaistava ja sitä on tutkittava (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2011, 54). Sosiaalinen media siis nähdään myös Suomessa tärkeänä lasten ja nuorten poliittiseen päätöksentekoon osallistumisen kannalta, mutta sitä tulisi hyödyntää aiempaa paremmin.

McNairin (2012, 299) mukaan "kansalaisjournalismin" nousu nähtiin 2000-luvulla. Monet poliittiseen keskusteluun osallistuneista olivat autoritaaristen valtioiden kansalaisia ja he käyttivät internetiä keinona viestiä poliittisesta tilanteesta sota-alueella tai esimerkiksi levittääkseen tietoa mielenosoituksista demokratian puolesta. Tietoa levitettiin julkiseksi internetissä valokuvien, videoiden, blogien ja muiden kirjoitusten välityksellä. Erityisesti arabikevään jälkimmäisissä syntyneet kansanliikkeet ovat saaneet aikaan maailmanlaajuisia keskustelua siitä, mikä on digitalisaation, sisällöntuotannon ja demokratian välinen suhde.

Internetillä on todettu olevan demokraattisia mahdollisuuksia. Colemanin ja Blumlerin (2012, 144–145) mukaan kuusi verkkoviestinnän ominaisuutta viittaavat internetin demokraattiseen potentiaaliin. Ensinnäkin internet on lähinnä aktiivisten käyttäjien media. Käyttäjä päättää itse, millä sivulla vierailee ja millaista verkkomateriaalia kuluttaa. Tämän lisäksi käyttäjä mahdollisesti keskusteleekin verkkosisällöistä toisten kanssa. Toiseksi verrattuna perinteiseen mediaan, verkolla on suuremmat mahdollisuudet kansalaisten väliseen keskusteluun, sillä keskustelulla ei ole aika- tai paikkarajoitteita. Internet ei näytä vain tietoa, vaan käyttäjät voivat itse luoda sisältöä ja keskustella siitä. Kolmanneksi sosiaalisen statuksen ja poliittisen sitoutuneisuuden merkitys poliittiseen keskusteluun osallistumiselle vähenee, kun internetissä on perinteistä mediaa helpompaa seurata ja löytää itseään kiinnostavaa tietoa. Neljänneksi kansalaiset voivat keskustella ideoistaan ja kokemuksistaan keskenään pitkäänkin, jopa kuukausia. Tällainen keskustelu ei olisi samalla tavalla

mahdollista missään muualla kuin internetissä. Viidenneksi vaikka verkkokeskustelut alkavat pienen ryhmän kesken, ne usein laajenevat sekä verkon sisällä että verkon ulkopuolelle, jolloin keskustelijoiden määrä kasvaa. Kuudenneksi verkossa keskusteluun osallistuvat voivat saada uusia ideoita, uutta tietoa ja he voivat alkaa ajatella asioista uudella tavalla. Teknologian kehitys siis näyttäisi lisäävän kansalaisten osallistumista politiikkaan, mutta myös edesauttavan demokratian toteutumista.

Demokratian toteutumiselle on toisaalta myös esteitä. Internet esimerkiksi tarjoaa poliittisille tahoille keinon saavuttaa yleisö ilman median väliintuloa, jolloin suurin osa tiedosta ei ole objektiivista. Menestyneemmät kansalaiset (*higher-status citizens*) myös osallistuvat todennäköisemmin verkkokeskusteluihin, mikä vahvistaa viestinnän epätasa-arvoa. (Coleman & Blumler 2012, 145.) Yleisesti ottaen verkkoviestinnällä saadaan eniten hyötyä ja se on mielekkäintä silloin, kun se on horisontaalista. Horisontaalinen viestintä tarjoaa kansalaisille mahdollisuuden luoda sisältöä ja osallistua sisällön tuottamiseen tavalla, joka rikkoo sosiaaliset ja poliittiset rajoitukset (Bimber 2012, 119). Coleman ja Blumler (2012, 145) sanovat, että kansalaiselta kansalaiselle ja monelta monelle tapahtuva viestintä avaa uusia mahdollisuuksia keskustelulle. Vaikka poliittiset instituutiot usein viestivät kansalaisten kanssa, se tapahtuu yleensä ylhäältä alas eliittien säännöillä. Pystysuuntainen, esimerkiksi kansalaisten ja hallituksen välinen viestintä, on alikehittynyttä. Tällainen ylhäältä alas tapahtuva viestintä kuvastaa poliittisen viestintäsystemin vähiten kehittynyttä puolta. (Coleman & Blumler 2012, 145–146.)

Usein kansalaisia kehoitetaan kertomaan verkossa omia mielipiteitään yhteiskunnallisista asioista. Esimerkiksi kannustaminen vaalikeskustelun aikaiseen live-tviittaamiseen perustuu siihen, että kansalaisia halutaan aktivoida mukaan poliittiseen keskusteluun. Ongelma ilmenee kuitenkin siinä, että usein kansalaisten poliittinen rooli loppuu ennen kuin se ehtii alkaakaan. Kansalaisilla on vain harvoin päätösvaltaa päättäjien valintoihin, vaikka mielipiteen saakin ilmaista. On riski, että vain harva kansalainen jaksaa loppujen lopuksi käydä poliittista keskustelua, jos sillä ei koskaan ole vaikutusta poliittiseen päätöksentekoon. Verkkokeskustelujen pitäisi siis olla kytköksissä myös poliittisiin päätöksiin, jolloin keskusteluja seurattaisiin, arvioitaisiin ja niissä esiin nousseiden asioiden perusteella poliittiset instituutiot voisivat tarvittaessa muuttaa tekemiään päätöksiä tai ryhtyä muutoin toimiin (Coleman & Blumler 2012, 149). Ristiriita syntyy juuri siinä, että vaikka kansalaiset voivat osallistua poliittiseen keskusteluun internetissä entistä tasa-arvoisemmin, usko keskustelun vaikuttavuuteen ja merkittävyyteen laskee, jos sillä ei ole yhtään poliittista vaikutusvaltaa. Sosiaalisessa mediassa käytävä poliittinen keskustelu, kuten vaalikeskustelun aikainen live-

tviiittaminen, voisi olla entistä innostavampaa, monipuolisempaa ja suositumpaa, jos kansalaiset kokisivat entistä paremmin olevansa osa poliittista päätöksentekoprosessia. On tärkeää, että kehittyneen teknologian mahdollistama poliittinen kansalaiskeskustelu heijastuisi poliittisessa päätöksenteossa, jotta keskustelu säilyisi runsaana ja virkeänä.

3.2 Poliittinen keskustelu Twitterissä

Fuchs (2014, 199) toteaa, että politiikka on Twitterissä pieni puheenaihe, sillä keskustelua dominoi viihde. Silvermannin (2010) mukaan vuonna 2010 vain kolme prosenttia Twitterin keskustelunaiheista liittyi politiikkaan, kun taas viihdeaiheisiin liittyi 28 prosenttia. Poliittiset aiheet olivat Twitterissä pienessä roolissa verrattuna viihdeteollisuuden aiheisiin. Fuchs (2014, 200) pohtii, voiko merkittävä poliittinen keskustelu perustua lyhyisiin 140 merkkiä sisältäviin viesteihin, sillä lyhyt viesti voi johtaa yksinkertaistettuihin argumentteihin, mikä on tutkijan mielestä kaupallistuneen ja nopeutuneen kulttuurin ilmentymä. Näkemystä voidaan kuitenkin kritisoida toteamalla, että juuri viestien tiiviys voi kannustaa välittömään poliittiseen keskusteluun. Lyhyt viestikenttä voi myös kannustaa sellaisten linkkien lisäämiseen, joiden sisällöt tukevat omia argumentteja. Tällöin Twitter-viestin 140 merkkiä eivät rajoita omien näkemysten esittämistä.

Twitter antaa tavalliselle ihmiselle mahdollisuuden osallistua poliittiseen keskusteluun. Twitterillä ja muilla sosiaalisen median sivustoilla on myös potentiaalia saada aiemmin poliittisen keskustelun ulkopuolelle jättäytyneet henkilöt mukaan keskusteluun (Bekafigo & McBride 2013, 636). Twitter mahdollistaa tilan, jossa erilaiset näkemykset kohtaavat ja jossa niistä voi keskustella. Strauss (2015) toteaa, että Twitter tekee näkymättömän näkyväksi. Tällä tarkoitetaan sitä, että Twitter antaa sellaisille ihmisille mahdollisuuden ilmaista mielipiteitään ja vaikuttaa keskusteluun, joilla ei normaalisti ole ääntä kansallisessa keskustelussa. Fuchs (2014, 199) kuitenkin huomauttaa, että poliittista viestintää Twitterissä dominoivat ne, joilla on korkea koulutus ja korkeat tulot ja jotka ovat politiikasta kiinnostuneita. Twitterin keskustelua mahdollistavaa potentiaalia voidaan siis kyseenalaistaa, jos vain harvojen ja valittujen äänet tulevat oikeasti kuuluviin. Himelboimin (2014, 90) tutkimuksessa huomattiin, että Twitterin käyttäjät seuraavat mielummin poliittisesti samanmielisiä tiedonlähteitä, jolloin keskustelua erilaisista näkemyksistä ei välttämättä synny.

Bekafigo ja McBride (2013, 625) tutkivat Twitterin käyttäjien osallistumista vaaliprosessiin Yhdysvaltojen vuoden 2011 kuvernöörivaaleissa. Tutkimuksessa kerättiin käyttäjänimiä ja tviittejä niiltä, jotka mainitsivat tviiteissään jonkin ehdokkaan. Tämän jälkeen tviittaajille lähetettiin kysely, jolla haluttiin selvittää, millaiset ihmiset tviittaavat politiikasta. Tutkimuksen tulosten mukaan

politiikasta tviittaavat useimmiten ne, jotka ovat aktiivisia myös perinteisessä poliittisessa toiminnassa. Tulokset tukevat oletusta, että samat poliittiset aktiivit löytyvät sekä verkosta että sen ulkopuolelta. Tulosten mukaan kuitenkin tietyt marginaaliset ryhmät ja vähemmistöt osallistuvat Twitterissä käytävään vaalikeskusteluun, eli nämä ryhmät ovat voineet löytää sopivan poliittisen keskustelun areenan Twitteristä (Bekafigo & McBride 2013, 625). Bekafigon ja McBriden (2013, 637) mukaan voidaan siis sanoa, että sosiaalinen media on lisännyt osallistumista politiikkaan, vaikka se onkin marginaalista.

Vuonna 2012 Larsson ja Moe (2012, 742) ovat sanoneet, että Twitter on marginaalisessa asemassa. Toteamus perustuu siihen, että samana vuonna Yhdysvalloissa Twitteriä käytti parikymmentä prosenttia väestöstä ja muualla maailmassa internetin käyttäjistä Twitteriä käyttää parhaimmillaankin huomattavasti alle 10 prosenttia. Vielä harvempi seuraa Twitterissä aktiivisesti poliittisia toimijoita. Twitterin käyttö politiikan kontekstissa on kuitenkin kasvussa, sillä Twitterissä oli esimerkiksi vuoden 2015 eduskuntavaaleissa kaksi kertaa enemmän ehdokkaita kuin neljä vuotta aikaisemmin vuoden 2011 eduskuntavaaleissa (ks. STT Info 2015).

Larssonin ja Moen (2012, 742) tutkimuksessa poliitikkojen Twitter-aktiivisuus ei ollut yhteydessä vaalitulokseen. Merkittävä verkkokampanja ja aktiivinen Twitterin käyttö ei taannut paikkaa Ruotsin parlamentissa. Tutkimuksen mukaan Twitterin käytöllä ei siis voi ennustaa poliittista menestystä. Samanlaisia tuloksia ovat saaneet myös Kobayashi ja Ichifuji (2015), joiden Japanissa tehdyn tutkimuksen mukaan poliitikon seuraaminen Twitterissä ei näyttänyt olevan yhteydessä äänestämiskäyttäytymisen kanssa. Suomessa vuoden 2015 eduskuntavaaleja verkostanalyysin keinoin tutkinut Pönkä (2015, 17) toteaa, että keskeinen sijainti ehdokkaiden välisessä Twitter-verkostossa kuitenkin ennusti eduskuntavaaleissa menestymistä. Verkostanalyysin perusteella viidestäkymmenestä kaikista vaikutusvaltaisimmasta ehdokkaasta 41 kappaletta eli 82 prosenttia valittiin eduskuntaan. Seuraajamäärän mukaan viidestäkymmenestä suosituimmasta ehdokkaasta 38 kappaletta eli 76 prosenttia pääsi eduskuntaan. Kaikista eduskuntaan valituista ehdokkaista 79,5 prosenttia käytti Twitteriä. Pöngän (2015, 17–18) tekemän analyysin perusteella Twitterin käyttö auttoi eniten nuoria ehdokkaita pääsemään eduskuntaan, sillä kaikki 14 alle 30-vuotiasta eduskuntaan päässyttä ehdokasta käytti Twitteriä. Näyttää siis siltä, että Twitterin vaikutusvaltaisimmat poliitikot, joilla on myös todennäköisesti eniten seuraajia, saavat suuremmalla todennäköisyydellä myös suhteellisen paljon ääniä vaaleissa. Vaalimenestys ei kuitenkaan selity automaattisesti suurella seuraajamäärällä eli laajalla Twitter-verkostolla, vaan Twitterin vaikutusvaltaisimmat poliitikot ovat verkon ulkopuolellakin tunnettuja ja yleensä pitkän linjan poliitikkoja. Yksittäisen

eduskuntavaaliehdokkaan Twitter-aktiivisuus ei näyttäisi olevan yhteydessä vaalimenestykseen, mutta nuoria ehdokkaita se voi auttaa.

Twitterin käytöllä voi olla kuitenkin positiivisia vaikutuksia poliitikoista syntyviin mielikuviin. Kobayashin ja Ichifujin (2015, 1–2) mukaan poliitikkojen sosiaalisen median kampanjat ovat erityisen tehokkaita silloin, kun poliitikko haluaa näkyvyyttä, sillä Twitter mahdollistaa sen, että äänestäjät ovat jatkuvasti altistuneita poliitikkojen viesteille. Tutkijoiden mukaan viesteille altistuminen johtaa positiivisiin asenteisiin poliitikkoa kohtaan ilman, että tviittien pitäisi olla sisällöltään poliittisia.

Kreissin (2014, 1) tutkimuksessa selvitettiin, miten vuoden 2012 Obaman ja Romneyn presidentinvaalikampanjan työntekijät käyttivät Twitteriä vedotakseen vahvoihin kannattajiinsa ja toisaalta toimittajiin. Tutkimuksessa haastateltiin työntekijöitä ja tarkasteltiin heidän Twitter-syötteitään laadullisen sisällönanalyysin keinoin. Analyysin perusteella Kreiss (2014, 1) sanoo, että kampanjoiden strategista viestintää valmisteltiin poliittisten tapahtumien, kuten väittelyiden, ympärille etukäteen. Obaman kampanjalla oli Romneyn kampanjaan verrattuna paljon suurempi kyky vastata reaaliajassa syntyneeseen poliittiseen keskusteluun, sillä organisaation rakenne mahdollisti kampanjan työntekijöiden itsenäisen päätöksenteon. Kampanjat yrittivät vaikuttaa myös toimittajiin epäsuorasti ja suoraan. Obaman ja Romneyn kampanjatiimejä haastatteleamalla Kreiss (2014, 3) selvitti, että molemmat kampanjatiimit pyrkivät luomaan Twitterissä sellaisen ilmapiirin, joka suosi omaa ehdokasta. Omaa ehdokasta suosivalla Twitter-ilmapiirillä pyrittiin vaikuttamaan toimittajien näkemyksiin poliittisista tapahtumista, sillä sosiaalisessa mediassa suositut näkemykset koettiin yleisinä vallitsevina mielipiteinä. Haastattelujen perusteella selvisi myös, että Obaman ja Romneyn kampanjatiimit käyttivät Twitteriä pääosin siksi, että he halusivat luoda medialle uutisagenda ja muokata toimittajien ymmärrystä vaaleista. Molemmat kampanjat yrittivät vaikuttaa toimittajiin suoraan tviittaamalla esimerkiksi vastaehdokkaaseen liittyviä asioita. (Kreiss 2014, 3.) Sen lisäksi, että kampanjatiimit suunnittelivat ja käsikirjoittivat viestintäänsä jo ennen tapahtumia, ne pyrkivät tietoisesti vaikuttamaan toimittajien näkemyksiin esimerkiksi vastaehdokkaasta ja luomaan toimittajille uutisaiheita. Tällaista tietoista median uutisagendaan vaikuttamista esiintyy todennäköisesti myös Suomessa. Esimerkiksi Twitter-keskusteluun vaikuttamalla pystytään luomaan Kreissin (2014, 3) kuvaamaa ehdokasta suosivaa Twitter-ilmapiiriä, jolla voidaan toimittajien lisäksi vaikuttaa myös äänestäjien näkemyksiin ehdokkaista. Jos kampanjatiimit pyrkivät järjestäytyneesti vaikuttamaan Twitter-keskustelun luonteeseen ja puheenaiheisiin, keskustelu ei välttämättä heijasta

kampanjatiimien ulkopuolisten äänestäjien todellisia näkemyksiä. Tässä tapauksessa myös Twitter-keskustelun sisällöllisen analyysin tarpeellisuus korostuu.

Hawthorne ym. (2013, 557) vertailivat politiikan ja median eliittien tviittejä kansalaisten tviitteihin. Tutkimuksen tulokset osoittivat, että määrällisesti tarkasteltuna kansalaiset tviittasivat enemmän kuin eliitit ja kaikki tviitit yhteenlaskettuna kansalaisten tviittejä myös uudelleentviitattiin enemmän. Yksittäisten tviittien tasolla kuitenkin eliittien tviittejä uudelleentviitattiin enemmän. Kansalaisten ja eliittikäyttäjien tviitit eivät olleet sisällöltään kovinkaan erilaisia, mutta silti eliittikäyttäjien näkemyksiä suosittiin kansalaisten näkemyksiin verrattuna. Tästä kertoo se, että eliittikäyttäjien tviittejä uudelleentviitattiin enemmän. Eliittikäyttäjien tviitit siis leviävät kansalaisten tviittejä laajemmalle. Kyse on mielipidejohtajien vaikuttavuudesta. Salgado (2014, 272) sanoo, että vaikka useilla on nyt mahdollisuus tuoda oma äänensä kuuluviin internetissä, vain harvojen ääntä oikeasti kuunnellaan. Tästä näkökulmasta katsottuna samat ihmiset ja ryhmät, jotka kontrolloivat perinteistä uutisvirtaa, ovat vaikutusvaltaisia myös uusissa viestintäkanavissa. He ovat siis ylläpitäneet valtaansa ja laajentaneet vaikutusalueensa uusiin viestintäkanaviin. Park (2013) tutki mielipidejohtajuutta Twitterissä tarkemmin ja totesi, että mielipidejohtajuudella on keskeinen rooli Twitterin käytössä.

Mielipidejohtajuus Twitterissä on yhteydessä käyttäjän julkiseen rooliin ja seuraajien määrään. Fuchs (2014, 190–192) huomauttaa, että tunnetuilla henkilöillä on paljon enemmän seuraajia kuin tavallisilla ihmisillä. Julkisuuden henkilöt, erityisesti pop-tähdet, saavat Twitterissä erityisen paljon huomiota, jos sitä mitataan Twitter-seuraajien määrässä. Pieni joukko tunnettuja henkilöitä kerää valtavan määrän seuraajia, ja koska tunnettujen henkilöiden tviittejä myös uudelleentviitataan useammin kuin tavallisten ihmisten, he määrittelevät sen, millaiset viestit leviävät ja saavat huomiota. Tästä syystä Twitter ei ole Fuchsin (2014, 192) mielestä demokraattinen media, vaikka se periaatteessa mahdollistaakin tavallisen ihmisen viestin leviämisen suurelle joukolle. Esimerkiksi Himelboimin (2014, 77) tutkimat poliittisesti selkeästi oikealle tai vasemmalle kallistuvat yhdysvaltalaiset televisiojuontajat keräävät miljoonia seuraajia Twitterissä. Suositut juontajat saattavat vaikuttaa seuraajiensa mielipiteisiin tai vahvistaa jo olemassa olevia näkemyksiä. Mielipidejohtajuus Twitterissä näyttää siis keskittyvän harvojen ja hyvin suosittujen käyttäjien varaan. Stiegliz ja Dang-Xuan (2013, 1278) toteavat, että mielipidejohtajiksi kutsutut vaikutusvaltaiset sosiaalisen median käyttäjät on hyödyllistä tunnistaa ja heidän käymäänsä keskustelua erityisesti vaalikampanjoinnin aikana kannattaa seurata.

3.3 Suomen eduskuntavaalit 2015 Twitterissä

Vuoden 2015 eduskuntavaalit järjestettiin sunnuntaina 19.4.2015 ja vaaleissa valittiin eduskunta vaalikaudeksi 2015–2019. Vaalien aikaan suomalaisia äänioikeutettuja oli 4 463 333 kappaletta, joista 66,9 prosenttia äänesti vaaleissa. Keskusta voitti vaalit 21,1 prosentin kannatuksella ja 49 edustajalla, perussuomalaiset sijoittuvat toiseksi 17,6 prosentin kannatuksella ja 38 edustajalla ja kokoomus saavutti kolmanneksi suurimman puolueen paikan 18,2 prosentin kannatuksella ja 37 edustajalla. (Oikeusministeriön tulospalvelu 2015.) Nämä kolme suurinta puoluetta muodostivat hallitusneuvottelujen jälkeen hallituksen, joka nimitettiin tehtäväänsä 29.5.2015.

Elo ja Hatakka (2015) ovat tarkastelleet vuoden 2015 eduskuntavaalien tulosillan televisiolähetysten aikaisia tviittejä. Tutkijoiden mukaan tulosillan televisiolähetykset vaikuttivat vaalikeskustelun aktiivisuuteen Twitterissä, sillä tviittien määrissä tapahtuvat muutokset noudattelivat vaali-illan televisiolähetysaikoja. Tutkijat sanovat, että eniten tviittien määrään vaikuttivat ennakoöänten julkaiseminen, Ylen ennusteen julkaiseminen ja lopullisen tuloksen julkaiseminen. Tviittien määrissä tapahtui notkahdus, kun vaalilähetys oli tauolla televisiouutisten ajan, mutta kun lähetys jatkui vaalistudiosta, tviittien määrät lähtivät jälleen nousuun. Aiemmin Wohn ja Na (2011) ovat huomanneet omassa tutkimuksessaan, että ihmiset tviittaavat päinvastoin enemmän televisio-ohjelmien mainostaukojen aikana. Elo ja Hatakka (2015) sanovat, että televisiouutisten aikainen notkahdus tviittien määrissä osoittaa, että vaalituloksen analyyseillä on keskustelua ylläpitävä vaikutus.

Suomessa myös Lindholm (2015) on analysoinut vuoden 2015 eduskuntavaaleja edeltäviä tviittejä. Lindholm (2015) on analysoinut 26.1.2015–21.3.2015 välisenä aikana lähetettyjä tviittejä, jotka sisältävät #vaalit2015-avainsanan. Analysoitavan ajanjakson aikana eniten tviittejä lähetettiin 18.3.2015, eli MTV3:n ensimmäisen vaalikeskustelun aikana. Analyysin perusteella 44,7 prosenttia tviiteistä oli uudelleentviittauksia ja uniikeista tviittaajista noin 51 prosenttia tviittasi useammin kuin kerran ajanjakson aikana. Elon ja Hatakan (2015) analyysissa uudelleentviittauksia oli hieman enemmän, sillä tulosillan aikaisista tviiteistä yli puolet oli uudelleentviittauksia. Tulosiltana Twitterissä vaalikeskustelua käyneiden käyttäjien määrä oli noin 0,3 prosenttia äänioikeutetuista. Aktiivisimmat tviittaajat lähettivät yli 100 tviittiä, mutta vain joka kolmas tviittasi enemmän kuin kolme kertaa. Vain kerran tviittasi vajaa kolmannes.

Helsingin yliopiston ja Aalto-yliopiston Digivaalit 2015 -hankkeessa selvitettiin, että vuoden 2015 eduskuntavaaleissa melkein kaikilla puolueilla oli oma kampanjaan liittyvä avainsana. Twitter-tili oli 938 kansanedustajaehdokkaalla eli vajaalla 44 prosentilla kaikista ehdokkaista. Lokakuusta 2014 huhtikuuhun 2015 ulottuvalla aikajaksolla eniten tviittejä lähettivät vihreiden ja kokoomuksen ehdokkaat Helsingin ja Uudenmaan vaalipiireistä. Tutkimuksen mukaan puolueet viestivät pääosin keskenään oman puolueensa sisällä. (STT Info 2015.) Myös Pönkä (2015) tutki eduskuntavaaliehdokkaiden Twitter-verkostoja vuoden 2015 eduskuntavaalien aikaan. Verkostanalyysi tehtiin ehdokkaiden keskinäisten seuraamissuhteiden perusteella. Pönkä (2015, 17) kertoo, että verkostanalyysin käyttö ehdokkaiden tarkastelussa perustuu ajatukseen, että sosiaalisen median palveluissa muodostuvat verkostot ilmentävät todellisia vaikuttamissuhteita ainakin jossain määrin. Verkostanalyysi osoittaa kokoomuksen ja RKP:n ehdokkaiden läheisyyden, sillä näiden puolueiden muodostama kokonaisuutta voisi verkostokartan perusteella luulla samaksi puolueeksi. Verkostanalyysin perusteella myös vihreiden ja vasemmistoliiton edustajat muodostavat yhteisen ryhmän Twitterissä, samoin kuin perussuomalaiset ja kristillisdemokraatit. Keskustan ja SDP:n edustajat eivät sulaudu muihin puolueisiin. (Pönkä 2015, 18.)

Kevään 2015 eduskuntavaaleja edeltävää ja sen aikaista Twitter-käyttäytymistä on tutkittu, mutta analyysit eivät ole käsitelleet tviittien sisältöjä, eikä niissä ole otettu kantaa siihen, mikä asia tviiteissä synnyttää vuorovaikutusta. Analyysit ovat käsitelleet lähinnä tviittien ja tviittaajien määriä sekä Twitter-verkostoja. Sisällölliselle tutkimukselle on siis tarvetta. Vaalikeskustelun aikaisten tviittien sisältöjä tarkastelemalla voidaan esimerkiksi selvittää, mitkä teemat ja puheenaiheet herättävät eniten keskustelua heikisessä live-tviittausympäristössä. Sisällöllisellä analyysillä saadaan entistä paremmin selville se, mitkä asiat innostavat käyttäjiä tviittaamaan ja mikä herättää vuorovaikutusta tviittaajien välillä.

3.4 Televisoidut vaalikeskustelut

Ensimmäisenä osoituksena television poliittisista vaikutuksista on pidetty John F. Kennedyn ja Richard Nixonin televisioitua vaaliväittelyä vuoden 1960 Yhdysvaltojen presidentinvaalien alla. Samalla vuosikymmenellä televisio vakiinnutti asemansa osana poliittista kampanjointia Suomessakin, mutta vasta vuoden 1982 presidentinvaaleja on pidetty ensimmäisinä imago-vaaleina. (Isotalus 1998, 8.) Pitkäsen (2014, 216) mukaan jo 1970-luvun lopun eduskuntavaaleissa television merkityksen kasvu politiikassa alkoi näkyä sanomalehtien lisääntyneenä kiinnostuksena vaaliohjelmia kohtaan. 1970-luvun lopulla aika oli otollinen television tunnepuolta korostavalle

analyysille, sillä puolueiden samankaltaistuesssa ja kansalaisten poliittisen kiintymisen heiketessä vaalituloksen ennakointiin liittyi poikkeuksellisen paljon epävarmuutta. Tunteisiin vetoava televisio tarjosi tavan tavoittaa yhä liikkuvammaksi muuttuvia äänestäjiä. Pitkänen (2014, 216) toteaa, että vuoden 1982 presidentinvaaleissa muutos näkyi erityisen hyvin, sillä silloin presidentinvaalien henkilövetoiset kampanjat saivat äänestäjien huomion kiinnittymään ehdokkaiden henkilökohtaisiin ominaisuuksiin aiempaa selvemmin. Huomion kiinnittyminen ehdokkaiden henkilökohtaisiin ominaisuuksiin ja persoonaan korosti television roolia vaalikampanjassa. Ehdokkaiden henkilökohtaiset ominaisuudet nousivat esiin tavalla, joka olisi vielä 1970-luvun journalistisessa kulttuurissa ollut mahdotonta. Erityisesti iltapäivälehdet vauhdittivat kehitystä, sillä niiden vaalijournalismissa käsiteltiin television vaaliohjelmia uusista näkökulmista.

Isotalus (1998, 7) on todennut, että media on poliittisen viestinnän päänäyttämö ja että poliittisen viestintäkulttuurin muutos on ollut vahvasti sidoksissa television nousuun keskeiseksi mediaksi. Isotaluksen (1998, 7) mukaan äänestäjä on riippuvainen median tarjoamasta tiedosta, ja toisaalta poliitikko on riippuvainen mediajulkisuudesta. Suomessa televisio vakiinnutti asemansa poliittisen kampanjoinnin osana jo 60-luvulla, mutta television ja politiikan suhdetta alettiin tutkia vasta 80-luvulla (Isotalus 1998, 8). Nykyään voidaan todeta, että media on kasvattanut rooliaan entisestään osana poliittista viestintäkulttuuria. Selgado (2012, 280) sanoo, että televisio on edelleen vaikutusvaltaisin media useimmissa maissa ja uutislähetyksillä, haastatteluilla ja vaalikeskusteluilla on potentiaalia löytää suuret ja monimuotoiset yleisöt.

Tiittula, Nuolijärvi ja Isotalus (2007, 155) toteavat, että television vaalikeskustelut ovat muodostuneet kiinteäksi osaksi vaalikampanjointia ja ne keräävät runsaasti katsojia. Vuoden 2006 presidentinvaalien vaalikeskustelut olivat alkuvuoden katsotuimpia ohjelmia ja parhaimmillaan vaalikeskustelua katsoi samanaikaisesti yli miljoona suomalaista (Tiittula ym. 2007, 155). Suuren kiinnostuksen vuoksi vaalikeskustelujen alkamista ennakoidaan ja niitä kohti kasataan odotuksia. Tästä syystä sekä televisioyhtiöt että ehdokkaat taustajoukkoineen panostavat vaalikeskusteluihin. Myös media uutisoi vaalikeskusteluista laajasti, mikä kertoo niiden vakiintuneesta ja tärkeäksi koetusta asemasta (Isotalus 1996).

Selgaden (2012, 280) mukaan poliittinen viestintä voi olla välitöntä eli suoraa, tai viestillä voi olla välittäjä, jolloin se on epäsuoraa. Viestintä on suoraa silloin, kun poliitikko päättää itse viestiä kansalaisille suoraan valitsemansa viestintäkanavan kautta. Poliittinen viestintä on silloin epäsuoraa, jos esimerkiksi toimittajat välittävät poliitikkojen viestejä median välityksellä. Tällöin poliitikko

pystyy vain rajoitetusti, jos ollenkaan, vaikuttamaan lopulliseen viestiin. Haastattelut, vaalikeskustelut ja suoraan lähetettävät tapahtumat ovat epäsuoran ja suoran viestinnän välissä. Poliitikon kannalta esimerkiksi vaalikeskustelu on siinä mielessä epäsuoraa viestintää, että se lähetetään mediayhtiön välityksellä, mutta toisaalta poliitikot kontrolloivat itse omia viestejään, vaikka toimittaja olisikin paikalla. Poliitikon kontrolli ei ole kuitenkaan täydellinen, sillä usein toimittajat päättävät, mitä poliitikoilta kysyvät ja mistä keskustelussa puhutaan. (Selgado 2012, 280.)

Suomalaisissa vaalikeskusteluissa erityistä on se, että toimittajan ja ehdokkaan välinen suhde korostuu. Toimittaja ja poliitikko ikään kuin kilpailevat siitä, kumpi osapuoli edustaa kansan mielipidettä. Suomessa tämän tyyppiset vaalitentit ovat vakiintuneita, mutta muualla maailmassa tällainen ohjelmatyyppi on harvinaisempi. (Ruonala 1998, 38.) Toimittajan roolin korostuminen vaalikeskusteluissa on siis tyypillinen piirre Suomessa ja se tuo omat piirteensä vaalikeskustelun luonteeseen. Toimittajan merkittävä rooli ja asema ikään kuin poliitikon vastustajana voi myös näyttäytyä niin, että toimittaja pyrkii häiritsemään poliitikon suoraa viestintää katsojille. Selgaden (2012, 282) mukaan toimittajan tulkinta poliitikosta vaikuttaa epäsuorasti äänestäjään. Kun toimittaja luo poliitikosta tiettyä kuvaa, hän samalla vaikuttaa siihen, miten äänestäjä näkee poliitikon. Toimittajat voivat näin vaikuttaa, tahallisesti tai tahattomasti, äänestäjien äänestyskäyttäytymiseen.

Isotaluksen ja Pörhölän (1998, 18) mukaan erityisesti presidentinvaalien televisiokampanjoinnin korostumista selittää suora vaalitapa, joka nostaa ehdokkaan persoonan keskeiseksi arviointikriteeriksi jopa poliittisten periaatteiden kustannuksella. Televisio siis tarjoaa mahdollisuuden tehdä päätelmiä ehdokkaan persoonasta. Eduskuntavaaleissa erityisesti puolueidensa keskeisimpinä symboleina pidettyjä puolueiden puheenjohtajia arvioidaan useiden televisioesiintymisten perusteella. Tiittula ym. (2006, 155) sanovat, että ehdokkaan tapa ilmaista ja perustella näkemyksiään on yksi peruste sille, miksi äänestäjä äänestää tiettyä ehdokasta. Äänestyspäätöksen kannalta ehdokkaan arviointi on siis erityisen tärkeää.

Isotalus (2000, 156) sanoo, että televisio korostaa sanatonta viestintää, kuten katsetta ja ilmeitä. Televisiokuvaus rajaa sitä, mihin katsojan katse kohdistuu, joten myös pienet eleet saattavat korostua. Tyypillistä on kuvata ihmistä niin, että hänestä näkyy vain ylävartalo ja erityisesti kasvot. Televisioesiintymisessä siis korostuu muuta viestintää enemmän puhujan sanaton viestintä. (Isotalus 2000, 156.) Kun poliitikon televisioesiintymisestä tehdään arvioita, vaikuttavat niihinkin korostuneesti poliitikon ilmeet, katse ja muu sanaton viestintä. Lisäksi, poliitikon viestiä verrataan aina vastaehdokkaan viestiin. Se, miten toimittajat ja yleisö tulkitsevat poliitikon viestin on

riippuvainen suuresti poliitikkojen välisestä vuorovaikutuksesta keskustelussa. Vaikka poliitikon viesti muodostuu aina suhteessa muihin poliitikkoihin, vaalikeskusteluissa tämä piirre korostuu. (Salgado 2014, 280–281.)

Televisoidut vaalikeskustelut ovat siis tärkeitä ja suosittuja, sillä niiden välityksellä katsoja saa mahdollisuuden muodostaa käsityksen poliitikon persoonasta. Vaikka vaalikeskustelut ovat lähtökohtaisesti informoivia televisio-ohjelmia, joiden avulla katsojan on mahdollista saada parempi käsitys puolueiden ja yksittäisten poliitikkojen näkemyksistä, muodostuu poliitikoista persooninakin aina jonkinlainen vaikutelma. Sen lisäksi, että mediassa arvioidaan poliitikkojen televisioesiintymistä, arviointeja tehdään myös muualla. Poliitikon esiintymistä, luonnetta ja kommentteja arvioidaan esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

On huomattavaa, että poliitikot esiintyvät myös entistä useammin viihteellisissä televisio-ohjelmissa, joissa politiikka ei ole keskiössä. Tällöin esiintyminen ja ohjelmassa menestyminen perustuvat poliitikon henkilökohtaisiin ominaisuuksiin. Esimerkiksi vuoden 2006 presidentinvaaleissa kaikki presidenttiehdokkaat osallistuivat viihteelliseen kampanjointiin (Pitkänen 2006, 204). Viihdeohjelmat, henkilöhaastattelut ja suuret yleisötapahotumat tarjoavat ehdokkaille tilaisuuden tehdä itseään äänestäjille tutuksi ja vahvistaa imagojaan positiivisia puolia. 2000-luvun puolivälissä ei ollut enää pelkoa siitä, että liiallinen julkisuus söisi poliitikon uskottavuutta. (Pitkänen 2006, 204.) Sen lisäksi, että tällainen yksityiselämän tuominen julkiseksi lisää äänestäjien arviointeja ja kannanottoja poliitikkojen yksityiselämästä ja persoonasta esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, se vahvistaa politiikan henkilöitymistä.

4 POLITIIKAN HENKILÖITYMINEN

Isotalus ja Almonkari (2014, 289) sanovat, että viimeisen 20 vuoden aikana poliittisen viestinnän kontekstissa on puhuttu muutoksesta. Muutokseen on viitattu erilaisilla käsitteillä, kuten ammatillistuminen, presidentillistyminen, amerikkalaistuminen, henkilöityminen, privatisoituminen ja medialisoituminen. Medialisoituminen korostaa erityisesti median vaikutusta politiikassa ja on yksi käytetyimmistä käsitteistä kuvaamaan politiikan muutosta (Isotalus & Almonkari, 2014, 289). Medialisoitumisen kontekstissa oleellisia periaatteita ovat median logiikka ja politiikan logiikka. Median logiikka on tapa nähdä ja tulkita yhteiskunnallisia asioita ja se rakentuu niistä tavoista, miten media esittää ja välittää tietoa. Poliitiikan logiikka on puolestaan poliittisten instituutioiden sisällä olevien puolueiden ja poliitikkojen tapa toimia. (Altheide & Snow 1979, 10 Strömbäckin 2008, 233 mukaan.) Median logiikka ja politiikan logiikka kilpailevat keskenään ja ne pyrkivät jatkuvasti kehittämään omia taktiikoitaan toimia. Tästä muodostuu spiraali, kun median on pyrittävä torjumaan politiikan logiikkaa, mutta toisaalta politiikan logiikan on keksittävä uusia strategioita, jotka kiinnostavat mediaa.

Henkilöityminen on vahvasti osa medialisoitumista, kun esimerkiksi uutisointi on siirtynyt puolueiden uutisoimisesta kohti puoluejohtajista ja henkilöistä uutisointia. Karvosen (2009, 94) mukaan henkilöityminen tarkoittaa sitä, että yksittäisten poliitikkojen merkitys on kasvanut puolueiden ja kollektiivisten identiteettien kustannuksella. Yksilöiden merkitys politiikassa on siis yhä keskeisempi ja myös poliitikkojen yksityiselämää tuodaan julkiseksi median välityksellä. Poliitikkojen arvioinnissakin sekoittuu entistä vahvemmin poliittiset asiat ja yksityiselämä. Erityisesti parlamentaarisissa järjestelmissä yksittäisten poliitikkojen asema on korostunut viime vuosikymmeninä (Karvonen 2009, 94). Pernaa, Pitkänen ja Railo (2006, 280) sanovat, että mediajulkisuus muodostaa suurelta osin kansalaisten käsityksen politiikasta. Poliitiikkaa koskevat uutiskriteerit ovat viihteellistyneet samalla kun tiedotusvälineiden julkisuuskriteerit ovat viihteellistyneet (Pernaa ym. 2006, 280).

Karvosen (2009, 95) mukaan henkilöitymistä voi esiintyä muun muassa seuraavissa muodoissa:

- Poliittisia instituutioita voidaan muuttaa niin, että ehdokkaiden tai päättäjien henkilökohtainen asema korostuu
- Poliitiikka tuo esiin yksilöitä puolueiden ja kollektiivisten toimijoiden kustannuksella

- Kansalaiset mieltävät politiikan pikemminkin yksittäisten poliitikkojen kuin kollektiivisten etujen väliseksi kamppailuksi
- Henkilökysymykset voivat ratkaisevasti vaikuttaa kansalaisten poliittisiin mielipiteisiin ja valintoihin
- Henkilökysymykset voivat ratkaista vaalien tuloksen, jolloin ne ovat yhteydessä poliittisiin voimasuhteisiin

Henkilöitymisestä puhuttaessa Suomea voi pitää mielenkiintoisena tutkimuskohteena vaalijärjestelmänsä takia, sillä Suomessa äänestäjä tekee vaaleissa sekä puolue- että ehdokasvalinnan (Karvonen 2009, 96). Koska Suomessa äänestäjällä on kaikki valta ehdokkaan valinnassa, on tärkeää selvittää, miten politiikan henkilöityminen on yhteydessä poliitikoista tehtäviin arvioihin ja mihin asioihin poliitikoissa kiinnitetään huomiota.

Median kasvavaa roolia kuvastaa se, että media on muuttunut politiikan raportioijasta enenevässä määrin poliittiseksi toimijaksi ja vaikuttajaksi. Kun mediaa ja media-alan ammattilaisia kutsutaan poliittisiksi toimijoiksi, tarkoitetaan, että nämä toimijat eivät ainoastaan tarkkaile poliittisia prosesseja ja kirjoita niistä, vaan he muokkaavat prosesseja ja vaikuttavat niihin (McNair 2014, 290–291). Tällaista kehitystä on havaittu demokratioissa kaikkialla maailmassa (Isotalus 1998, 9). Pitkänen (2006, 193) sanookin, että tiedotusvälineistä on tullut vaaleissa informaation lähettäjien lisäksi myös informaation luoja. Esimerkiksi vuoden 2006 presidentinvaalien aikaan mediassa arvioitiin ehdokkaiden kampanjoinnin etenemisen lisäksi myös ehdokkaiden persoonia ja yksityiselämiä. Pitkäsen (2006, 204) mukaan erityisesti presidenttiehdokkaiden persoonallisuuksien arviointi on kuulunut vaaleihin jo vuosikymmeniä, mutta poliitikkojen henkilökohtaisten ominaisuuksien ja imagojen arvioinnista on tullut yhä keskeisempi osa politiikan analyysia. Jo kolme vuotta aiemmin, vuonna 2003 eduskuntavaalit muotoutuivat pääministerivaaleiksi, kun politiikan henkilöityessä puolueet alkoivat markkinoida puheenjohtajiaan pääministeriehdokkaina (Anttila 2006, 159–160). Vuoden 2003 henkilöityneissä eduskuntavaaleissa mielikuvilla ja imagoilla oli suuri merkitys. Etenkin iltapäivälehdet keskittyivät arvioimaan ehdokkaiden esiintymistä asiakysymysten käsittelyn sijaan. Sen lisäksi, että televisio luo mielikuvia, ehdokkaat joutuvat usein itsekin keskusteluissa analysoimaan omaa imagoaan. (Anttila 2006, 181.)

Almonkarin ja Isotaluksen (2012, 263) tutkimuksessa selvitettiin haastatteleamalla suomalaisten puolueiden puheenjohtajia, että puolueiden puheenjohtajat haluavat suojella persooniaan ja henkilökohtaisia elämiään medialta. Puheenjohtajat haluavat, että heitä arvostellaan

henkilökohtaisten ominaisuuksiensa sijaan poliittisten arvojen, ammatillisen osaamisen ja asiaosaamisen perusteella. Tutkimuksen mukaan puolueiden puheenjohtajat eivät pidä yksityiselämäänsä voimavarana julkisuuskuvan rakentamisen kannalta, vaan aliarvioivat oman roolinsa mielenkiintoisena tai dynaamisena esiintyjänä. Almonkarin ja Isotaluksen (2012) tutkimus osoittaa, että suomalaiset poliitikot pyrkivät taistelemaan henkilöitymiskehitystä vastaan eivätkä he ole täysin omaksuneet median toimintatapoja. Isotalus ja Almonkari (2014, 300) sanovat, että vaikka Suomessa poliittiset toimijat ovat riippuvaisia mediasta, he eivät ole "median orjia". Puheenjohtajat eivät esimerkiksi ole median kanssa yhtä taitavia ja strategisia toimijoita kuin mediassa annetaan ymmärtää. Puheenjohtajat eivät myöskään kerro panostavansa oman henkilökuvan rakentamiseen, he haluavat pitää henkilökohtaisen elämänsä yksityisenä ja he muutenkin vastustavat medialisoitumisen kehitystä monin keinoin. Tutkijat toteavatkin, että poliitikot kritisoivat median logiikan omaksumista ja pitivät median vaatimuksia liiallisina. Liiallisia vaatimuksia puheenjohtajien mielestä ovat esimerkiksi vaatimukset tavoitettavuudesta kellon ympäri sekä vaatimukset siitä, että pitäisi olla mielipide kaikkeen, ja että pitäisi olla valmis tuomaan esille henkilökohtaisia asioita (Isotalus & Almonkari 2014, 300–301). Niemi (2006, 271) kuitenkin toteaa, että yksityiselämän nousu julkisuuteen voi provosoida keskustelua arvoista ja asenteista, jolloin viihteellistyminen ja persoonan nousu keskeiseksi voivat tukea politiikan paluuta.

Sen lisäksi, että iltapäivälehdet ja media-alan ammattilaiset arvioivat entistä enemmän esimerkiksi poliitikkojen esiintymistä, myös tavalliset kansalaiset ottavat kantaa. Vaaliohjelmat antavat katsojille tilaisuuden arvioida poliitikkojen piirteitä ja huomio näyttää keskittyvän enenevässä määrin politiikon ulkonäön, persoonallisuuden ja muiden ulkoisten seikkojen arviointiin. Joskus politiikon luonnetta ja "henkilöhahmoa" pidetään tärkeämpänä kuin hänen poliittisia näkemyksiään (Isotalus & Almonkari 2014, 300). Kyse ei ole kuitenkaan uudesta ilmiöstä, sillä Pitkäsen (2014, 216) mukaan vuoden 1983 eduskuntavaaleissa poliitikkojen vaatetukseen, esiintymiseen ja argumentointiin liittyvät analyysit nousivat esiin. Poliitikkojen linjauksia ei enää pidetty vaaliohjelmien tärkeimpänä antina, vaan poliitikoista välittyvät mielikuvat nousivat tärkeämmiksi asioiksi.

On oletettavaa, että myös vaalikeskustelun aikaisten tviittien aiheissa on nähtävissä henkilöitymistä. Tviitit saattavat liittyä puheenjohtajan henkilökohtaisiin ominaisuuksiin ja yksityiselämään, jolloin puheenjohtajat yksityishenkilöinä nousevat selkeästi esiin poliittisten rooliensa taustoista. Median lisäksi siis myös tavalliset ihmiset, tässä tapauksessa tviittaajat, voivat heijastella henkilöitymisen kulttuuria, jos tviittien aiheet liittyvät yhä enemmän politiikan johtohahmoihin ja heidän henkilökohtaisiin ominaisuuksiinsa. Vuoden 1983 eduskuntavaalien aikaisissa vaaliohjelmissa

esiintyneet poliitikot alkoivat sanomalehtijulkisudessa näyttäytyä edustamiensa puolueiden symboleina (Pitkänen 2014, 216) ja nykyisin puolueet markkinoivat puheenjohtajiaan potentiaalisina pääministeriehdokkaina (Anttila 2006, 159–160). Myös sosiaalisessa mediassa käytävässä keskustelussa puolueiden linjaukset ja aiemmin tehdyt päätökset usein lankeavat pääministerin harteille niin hyvässä kuin pahassa.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Tutkimusongelma ja -kysymykset

Tutkielma keskittyy television vaalikeskustelun aikaisen live-tviittaamisen sisältöihin. Twitter mahdollistaa tavallisen ihmisen osallistumisen poliittiseen keskusteluun ja tutkimukset ovat osoittaneet, että poliittisella osallistumisella ja internetin käytöllä on positiivinen yhteys (Bimber 2012, 116). Uudet teknologian muodot siis vaikuttavat siihen, miten ihmiset osallistuvat poliittiseen keskusteluun. Tviittien sisällöt kertovat parhaiten, millaiset mahdollisuudet Twitter-keskusteluilla on vaikuttaa näkemyksiin, sitouttaa poliittiseen keskusteluun tai auttaa ymmärtämään politiikan sisältöjä. Aikaisemmissa tutkimuksissa on kaivattu nimenomaan Twitterin sisällöllistä tutkimusta (Hardin 2014; McKinney ym. 2014, 559). Twitter on nähty uudenlaisena kansalaiskeskustelun areenana (Fuchs 2014), joten on syytä perehtyä siihen, mitkä tviittien sisällölliset asiat synnyttävät kansalaisten välistä vuorovaikutusta. Vaalikampanjan aikaisista tapahtumista television vaalikeskustelut herättävät eniten reaaliaikaisia tviittejä. Tutkimusongelma on: *Millaista on live-tviittaaminen television vaalikeskusteluista?*

Ensimmäinen tutkimuskysymys pureutuu tviittien tyyleihin. Aikaisempi tutkimus on osoittanut, että toimittajat tviittaavat pääasiassa objektiivisesti keskustelun sisällöistä (Coddington ym. 2014, 404). On kuitenkin todennäköistä, että kansalaiset ja poliittiset vaikuttajat pyrkivät aktiivisemmin olemaan mielipidejohtajia ja arvioimaan keskustelua. On myös todettu, että eri televisio-ohjelmat herättävät erityyppisiä tviittejä (Buschow ym. 2014, 142). Keskeistä on siis tarkastella, minkä tyyllisiä tviitit ovat. Ensimmäinen tutkimuskysymys on:

K1 Millaisia vaalikeskustelusta lähetetyt tviitit ovat tyyliältään?

Twitterin journalistinen tavoite on herättää kansalaisten välistä keskustelua. Toisessa tutkimuskysymyksessä huomio kiinnitetään siihen, mistä asioista tviitataan. Tviitit saattavat keskittyä esimerkiksi poliitikkojen esiintymiseen, toimittajien toimintaan tai ohjelman toteutukseen. Tavalliset ihmiset voivat heijastella henkilöitymisen kulttuuria, jos tviittien aiheet liittyvät yhä enemmän politiikan johtohahmoihin ja heidän henkilökohtaisiin ominaisuuksiinsa. Buschow ym. (2014, 144–145) ovat tosin todenneet, että poliittiset keskusteluohjelmat eivät herätä yhtä paljon arviointia keskustelusta ja sen osallistujista verrattuna viihdeohjelmiin. Poliittisiin aiheisiin liittyvät tviitit

ennemminkin heijastelevat keskustelun aiheita yhteiskunnan tasolla (Buschow ym. 2014, 144–145). Live-tviiteissä todennäköisesti käsitellään myös poliittisia kysymyksiä ja puheenaiheita. Keskeistä on tarkastella, mitkä ovat ne poliittiset asiasisällöt ja teemat, jotka herättävät eniten live-tviittaamista vaalikeskustelun aikana. Toinen tutkimuskysymys on:

K2 Mitkä teemat herättävät eniten live-tviittaamista?

Koska kyse on eduskuntavaalien aikaisesta vaalikeskustelusta, on oleellista kiinnittää huomio tviittien vaikuttamispyrkimykseen. Tutkimuksen mukaan Twitter innostaa etenkin käyttäjiä, joilla on taipumus toimia mielipidejohtajina (Park 2013). Yhdysvalloissa presidentinvaaliehdokkaiden kampanjatiimit pyrkivät luomaan Twitterissä omaa ehdokastaan suosivan ilmapiirin, jolla pyrittiin vaikuttamaan näkemyksiin poliittisista tapahtumista (Kreiss 2014, 3). Myös varsinaisten kampanjatiimien ulkopuoliset henkilöt voivat pyrkiä luomaan oman ehdokkaan kannalta suotuisaa ilmapiiriä, jolloin tviittaajat pyrkivät vaikuttamaan keskustelussa mukana olevista puolueiden puheenjohtajista syntyviin vaikutelmiin. McKinneyn ym. (2014, 559) mukaan vaalikeskustelun aikainen Twitter-näkyvyys näyttäisi olevan yhteydessä väittelyn jälkeisiin arvioihin niin, että mitä enemmän ehdokas saa Twitter-mainintoja, sitä myönteisemmin hänet arvioidaan väittelyn jälkeen.

Poliitikkojen henkilökohtaisten ominaisuuksien ja imagojen arvioinnista on tullut yhä keskeisempi osa politiikan analyysia (Pitkänen 2006, 204). Joskus poliitikon luonnetta ja persoonaa pidetäänkin tärkeämpänä kuin hänen poliittisia näkemyksiään (Isotalus & Almonkari 2014, 300). On todennäköistä, että tviitit pitävät sisällään hyvin vaihtelevia arvioita puolueiden puheenjohtajista, heidän näkemyksistään sekä esiintymisestään. Arvioiden lisäksi myös puheenjohtajien kommentteja selostavat tviitit rakentavat vaikutelmaa siitä, mihin asioihin puheenjohtajissa kiinnitetään huomiota. Poliitikon viesti muodostuu aina suhteessa muihin poliitikkoihin (Salgado 2014, 280–281), joten puheenjohtajista syntyvät vaikutelmat rakentuvat myös tarkastelemalla puheenjohtajien välisiä keskinäisiä suhteita. Kaikki puheenjohtajiin liittyvät tviitit rakentavat sitä mielikuvaa, joka heistä syntyy live-tviittien perusteella. Kolmas tutkimuskysymys on:

K3 Millaisia vaikutelmia puolueiden puheenjohtajista rakentuu live-tviittien perusteella?

Twitter mahdollistaa käyttäjien välisen vuorovaikutuksen, joka näkyy lähinnä uudelleentviittauksina ja kommentteina muille käyttäjille. Laaksosen ja Matikaisen (2013, 200–201) mukaan sekä uudelleentviittaukset että avainsanat ovat nykypäivänä keskeinen osa Twitterin keskustelukulttuuria.

Keskustelumahdollisuuksista huolimatta on tutkittu, että Twitteriä käytetään enimmäkseen tiedon levittämiseen ja vähemmän keskusteluun (Larsson & Moe 2012, 741). Poliittisten tapahtumien, kuten Wikileaks-keskustelun ja Egyptin vuoden 2011 vallankumouksen aikaiset tviitit olivat enimmäkseen tiedonjakamistarkoituksessa lähetettyjä tviittejä. Vuorovaikutteiset tviitit olivat enimmäkseen uudelleentviittauksia tai yksittäisiä kommentteja, jolloin pitkäkestoisempaa kaksisuuntaista vuorovaikutusta ei syntynyt. (Fuchs 2014, 199.) Myös Buschown ym. (2014, 144–145) tutkimuksessa poliittisiin keskusteluohjelmiin liittyvät tviitit olivat useimmiten uudelleentviittauksia. Twitterin potentiaalia keskusteluareenana ei ole hyödynnetty täysin (Larsson 2013) ja onkin pohdittu, voiko merkittävä poliittinen keskustelu perustua lyhyisiin 140 merkin pituisiin viesteihin (Fuchs 2014, 200). Mieli-pidevaikuttamisen eli omien näkemysten esiintuomisen ja levittämisen kannalta vuorovaikutuksen synnyttäminen on kuitenkin välttämätöntä. Myös televisioidun vaalikeskustelun puhuttelevat aiheet ja yleensä keskustelua herättävät puolueiden puheenjohtajat voivat edesauttaa keskustelun syntymistä. Tutkimuskysymykseen vastaamalla saadaan selville, mikä tviiteissä saa aikaan vuorovaikutusta. Neljäs tutkimuskysymys on:

K4 Mikä live-tviiteissä synnyttää vuorovaikutusta?

Edellä mainittuihin kysymyksiin vastaamalla pyritään selvittämään, millaista live-tviittaaminen television vaalikeskusteluista on.

5.2 Tutkimustraditio

Tutkielma asettuu tutkimustraditioltaan pääosin sosiokulttuuraiseen traditioon. Littlejohnin ja Fossin (2008, 43–44) mukaan sosiokulttuuraisessa traditiossa todellisuus rakentuu vuorovaikutuksessa ryhmissä, yhteisöissä ja kulttuureissa. Sosiokulttuuraisessa traditiossa halutaan ymmärtää, miten ihmiset luovat todellisuuksia. Tutkielman voi nähdä asettuvan sosiokulttuuraiseen traditioon, sillä live-tviittaajien todellisuudet, kuten mielipiteet ja ymmärrys asioista, rakentuvat vuorovaikutuksessa tviittaajien välillä. Tutkielmassa tarkasteltavaa live-tviittaamista kutsutaan sosiaalseksi katsomiseksi (McKinney ym. 2014), jossa yksilöt jakavat näkemyksiään ryhmässä ja toisaalta voivat vahvistaa omia näkemyksiään samanmielisten seurassa (Huotari 2014). Sosiaaliseen katsomiseen liittyy olennaisesti tviittaajien välinen vuorovaikutus, jossa tviittaajat jakavat kokemuksiaan ja näkemyksiään. Live-tviittaajien tapa vahvistaa omia näkemyksiään olemalla vuorovaikutuksessa samanmielisten henkilöiden kanssa muovaa ja vahvistaa heidän käsityksiään todellisuudesta.

Vuorovaikutuksessa syntyvät merkitykset, roolit, säännöt ja kulttuuriset arvot (Littlejohn & Foss 2008, 44).

Tässä tutkielmassa halutaan selvittää tviittien sisällöllisiä ominaisuuksia, jotka herättävät vuorovaikutusta tviittaajien välillä. Sosiokulttuurallisessa traditiossa keskitytään enemmän ihmisten väliseen vuorovaikutukseen kuin yksittäisten henkilöiden tapoihin toimia (Littlejohn & Foss 2008, 43). Tässäkään tutkielmassa ei keskitytä yksittäisten yksilöiden tapoihin toimia, vaan tarkastellaan live-tviittaajista muodostuvan ryhmän sisäistä keskustelua.

5.3 Aineiston keruu

Tutkimusaineisto kerättiin kevään 2015 eduskuntavaaleja edeltävän MTV3:n ensimmäisen vaalikeskustelun aikana. Vaalit 2015: Kahdeksan puheenjohtajaa -niminen vaalikeskustelu tviitteineen valittiin aineistoksi, sillä siinä esiintyivät kaikki kahdeksan suurimman puolueen puheenjohtajaa. Keskustelu oli myös kevään 2015 ensimmäinen varsinainen vaalikeskustelu kaikki televisiokanavat mukaan lukien.

Vaalikeskustelu lähetettiin MTV3-kanavalla 18.3.2015 klo 20:05–22:00. Minuutilleen keskustelu alkoi 20:09 ja päättyi 21:58. MTV3:n vaalikeskustelun keskikatsojamäärä oli Finnpanelin mukaan 580 000. Keskikatsojamäärä tarkoittaa katsojien määrän keskiarvoa koko ohjelman keston ajalta. Keskustelun tavoitavuus oli puolestaan 1 182 000. Tavoitavuudella tarkoitetaan ohjelmaa vähintään kolme minuuttia yhtäjaksoisesti katsoneiden henkilöiden lukumäärää. Vaalikeskustelu oli viikon 12 seitsemänneksi katsotuin ohjelmaformaatti MTV3-kanavalla ja MTV3:n kahdeksanneksi katsotuin ohjelmaformaatti maaliskuussa 2015. Laskuihin on siis sisällytetty esimerkiksi seitsemän uutiset vain kerran, vaikka kyseisiä lähetyksiä nähdään useampana kertana viikossa. Kaikki televisio-kanavat mukaan lukien vaalikeskustelu oli 20. katsotuin ohjelmaformaatti viikolla 12. Kaikki televisio-kanavat, -ohjelmat ja näytöskerrat mukaan lukien vaalikeskustelu oli 49. katsotuin televisio-ohjelma viikolla 12. MTV3:n vaalikeskustelu oli suosituin vaaleihin liittyvä televisio-ohjelma maaliskuussa sekä viikko- että kuukausitasolla kaikilla kanavilla. (Finnpanel 2015.)

Tutkielman aineisto muodostuu edellä mainitun vaalikeskustelun aikaisista live-tviiteistä. Kaikki vaalikeskustelun virallisen avainsanan (*#vaalit2015*) sisältäneet ja vaalikeskustelun aikana lähetetyt tviitit otettiin mukaan aineistoon. Tviitit kerättiin ohjelmoidusti NodeXL-nimisellä Excel-ohjelman lisäosalla välittömästi keskustelun päätyttyä. Ohjelmoitu keruu nopeuttaa ja helpottaa laajan aineiston

keräämistä huomattavasti. Tässä tutkielmassa ohjelmoitu keruu oli tärkeää myös siksi, että suuren käyttömäärän vuoksi Twitter näyttää omissa hakutuloksissaan vain osan tuloksista (ks. Laaksonen & Matikainen 2013, 203). Moe ja Larsson (2012, 120) huomauttavat, että vaikka aineistonkeruuohjelmat keräävät aineistoa tehokkaasti, osa aineistosta voi jäädä haun ulkopuolelle. NodeXL tuottaa Excel-tiedoston, joka kertoo muun muassa tviittaajan käyttäjänimen, tviittausajankohdan, tviitin tekstisisällön sekä merkinnät uudelleentviittauksista ja maininnoista. NodeXL valittiin apuvälineeksi aineiston keräämiseen, sillä koettiin, että sen hakemien tietojen perusteella olisi mahdollista vastata tutkielman tutkimuskysymyksiin. Huhtamäki ja Parviainen (2013, 267–207) ovat koonneet ohjeet NodeXL-ohjelman käyttämistä varten.

Aineisto rajattiin niin, että se sisältää vain keskustelun aikana lähetetyt tviitit. Ensimmäinen tviitti lähetettiin klo 20:09:03 ja viimeinen klo 22:00:00. Vaikka lähetys loppui klo 21:58, aineistoa haluttiin pidentää kahdella minuutilla, jotta mahdollisimman moni keskustelun aikana aloitettu tviitti päätyisi mukaan aineistoon.

5.4 Tutkimusmenetelmä ja aineiston analysointi

Aiemmat tutkimukset live-tviittaamisesta (esim. Houston, McKinney ym. 2013; Houston, Hawthorne ym. 2013) ovat keskittyneet muun muassa siihen, miten sukupuoli tai poliittinen status on yhteydessä live-tviittaamiseen tai miten live-tviittaaminen on yhteydessä vaalikeskustelusta syntyviin näkemyksiin. Näissä tutkimuksissa on ollut tärkeää tietää taustamuuttujia, kuten kunkin tviittaajan sukupuoli ja poliittinen vakaumus. Lisäksi, jotta vaalikeskustelusta syntyviä näkemyksiä on saatu selvitettyä, tviittaajilta on pitänyt kysyä kysymyksiä myös vaalikeskustelun jälkeen. Twitter-tilien seuraamisen lisäksi tutkimukseen osallistuneet ovat vastanneet kyselyihin sekä ennen vaalikeskustelua että vaalikeskustelun jälkeen. Näissä tapauksissa tutkimuksen osallistujat ovat katsoneet vaalikeskustelun yhteisesti auditoriossa.

Toisin kuin edellä mainituissa tutkimuksissa tässä tutkielmassa tviittaajia ei ole tarpeen profiloida, vaan huomio keskittyy tviitteihin itsessään. Toisin kuin aiemmissa tutkimuksissa tässä tutkielmassa ei keskitytä myöskään siihen, miten live-tviittaaminen on yhteydessä tviittaajan kokemukseen. Jotta saatiin selville, millaisia tviitit ovat sisällöltään, aineisto analysoitiin pääosin laadullisen ja osin määrällisen sisällönanalyysin keinoin. Sisällönanalyysi on tekstianalyysia, jossa etsitään tekstin merkityksiä ja pyritään saamaan kuvaus tutkittavasta ilmiöstä (Tuomi & Sarajärvi 2003, 105–106). Tässä tutkielmassa sisällönanalyysilla pyrittiin muodostamaan kokonaiskuva Twitter-keskustelun

sisällöistä ja teemoista luokittelemalla ja teemoittelemalla aineistoa. Luokittelemalla muodostetaan erilaisia ryhmittelyjä ja jäsennyksiä, jotka kuvaavat aineiston koostumusta ja teemoittelemalla pyritään hahmottamaan aineistosta keskeisiä aihepiirejä eli teemoja (esim. Eskola & Suoranta 1998, 175–182). Hakala ja Vesa (2013, 219) sanovat, että kun aineisto on valittu, luodaan luokittelukriteereistä koostuva luokittelurunko ja pyritään luokittelemaan aineisto sen avulla johdonmukaisesti ja systemaattisesti (Hakala & Vesa 2013, 219). Kategoriat voivat perustua aiempaan teoriaan tai ne voivat olla vahvasti aineistolähtöisiä (Laaksonen & Matikainen 2013, 208; Benoit 2011, 271). Tämän tutkielman luokittelukategoriat syntyivät tutkimusaineiston pohjalta, sillä aiempaa tutkimusta vastaavasta näkökulmasta ei toistaiseksi ole.

Hakalan ja Vesan (2013, 218) mukaan sisällön erittelyn tavoitteena on kuvailla aineiston sisältöä ja nostaa esiin olennainen. Tavoite saavutetaan käymällä aineistoa järjestelmällisesti läpi ja jäsentämällä aineisto luokkiin. Määrällisessä erittelyssä aineistosta voidaan laskea esimerkiksi tietyn sanan esiintyvyys tai tiettyä aihetta käsittelevien verkkokeskustelujen määrä. Määrällinen sisällön erittely mahdollistaa yleiskuvan luomisen melko laajasta aineistosta, ja analyysin tulokset voidaan esittää numeroina ja graafisina kuvaajina. Laadullisessa sisällönerittelyssä pyritään tutkimaan ilmiötä syvällisemmin. (Hakala & Vesa 2013, 218–222.) Tässä tutkielmassa aineistoa eritellään määrällisesti ja laadullisesti jäsentämällä aineistoa ja luokittelemalla sitä tviittien sisällöllisten asioiden, kuten tviiteissä esiintyvien teemojen, mukaan. Aineiston määrällinen erittely esitellään kuvioiden ja taulukoiden avulla. Eskolan ja Suorannan (1998, 186) mukaan sisällön erittely sopii hyvin esimerkiksi siihen, kun halutaan selvittää, mistä mediassa keskustellaan ja mistä ei. Sisällön erittelyä voidaan pitää tutkielmalle sopivana menetelmänä, sillä tarkoituksena on syventyä Twitterissä käytävään keskusteluun. Käytännössä laadullinen ja määrällinen erittely sekoittuvat media-aineistojen analysoinnissa (Hakala & Vesa 2013, 219) ja niin tapahtuu tässäkin tutkielmassa.

Tässä tutkielmassa sisällönanalyysi tehtiin pääosin laadullisesti, mutta myös määrälliseen sisällönanalyysiin oli tarvetta esimerkiksi keskeisten tyylien ja teemojen määriä tarkastellessa. Karpf, ym. (2015, 1902) peräänkuuluttavatkin poliittisen viestinnän tutkimukselle kvalitatiivisempaa ja eri tutkimusmetodeja yhdistävää otetta. Tutkijoiden mukaan olemassa olevia määrällisiä tutkimusmenetelmiä tulisi täydentää hyödyntäen sekä vanhoja että uusia laadullisia tutkimusmenetelmiä. Tässä tutkielmassa yhdistyvät sekä laadullinen että määrällinen tarkastelu, vaikka painopiste onkin laadullisessa sisällönanalyysissä. Twitterin ulkopuolelle vievien linkkien takaa löytyvää sisältöä ei analysoitu, sillä aineisto olisi pirstaloitunut ja laajentunut tarpeettomasti. Aineiston käsittely ja sisällön erittely kokonaisuudessaan tehtiin Excel-ohjelmalla.

Tutkielman aineistolähtöisessä analyysissä ensimmäiseen ja toiseen tutkimuskysymykseen vastattiin luokittelemalla tviitit sen mukaan, minkä tyyliä ne olivat ja mistä aiheista niissä puhuttiin. Aineiston pohjalta syntyivät sekä tyyli- että teemaluokat. Ennen luokittelua noin 10 prosenttia, eli noin 1000 kappaletta uniikkeja tviittejä käytiin läpi. Tämän ensivaikutelman perusteella pystyttiin luomaan karkeat luokat eri tyyliille ja teemoille. Alussa luodut kahdeksan tyyliä luokkaa pysyivät samoina läpi aineiston luokittelun ja vain tietyt luokkien nimet muutettiin tarkoituksenmukaisemmiksi. Teemoihin liittyviä luokkia oli luokittelun alussa vain 11 kappaletta, mutta luokittelun edetessä kävi ilmi, että uusille teemaluokille oli tarvetta. Luokittelun aikana teemaluokkia oli parhaimmillaan noin 35 kappaletta, mutta kun aineisto oli luokiteltu, pieneksi jääneitä luokkia yhdisteltiin kattavammiksi kokonaisuuksiksi. Lopulta yksittäisiä teemaluokkia jäi jäljelle yhteensä 26 kappaletta. Kun lopulliset luokat olivat valmiina, ne teemoiteltiin isommiksi kokonaisuuksiksi. Teemoittelun lopputuloksena syntyi 11 teemaa, joiden alta löytyy 26 alaluokkaa. Luokat yhdisteltiin teemoiksi, jotta aineisto olisi mahdollisimman helposti käsitettävissä ja ehyessä muodossa. Laadullisen tarkastelun lisäksi myös tyylien ja teemojen määriä laskettiin Excel-ohjelmalla. Tviittien tyyliä ja teemoja tarkasteltiin myös ristiin, jolloin voitiin tutkia eri tyylien ja teemojen välisiä yhteyksiä. Tyyli- ja teemaluokat luokitteluperusteineen esitellään tutkielmassa edempänä osana tutkimuksen tuloksia.

Kolmanteen tutkimuskysymykseen etsittiin vastausta ryhmittelemällä tviitit sen mukaan, keitä puheenjohtajia tviiteissä käsiteltiin. Tviitissä olevan puheenjohtajan nimi kirjattiin ylös vain, jos se olennaisesti liittyi tviitin sisältöön tai tviitin luonteeseen. Jos tviitissä mainittu puheenjohtaja mainittiin vain tarkoituksena äänestää vaalikeskusteluun liittyvässä Twitter-äänestyksessä, puheenjohtajan nimeä ei kirjattu ylös. Toisin sanoen, jos tviitissä oli jotakin puheenjohtajaan liittyvää ja jos puheenjohtajan nimen kirjaamisen nähtiin antavan analyysille jotakin lisäarvoa, se kirjattiin ylös. Joissain tapauksissa puolueen puheenjohtajan nimi kirjattiin, vaikka tviitissä ei mainittu puheenjohtajan nimeä. Näin tehtiin esimerkiksi sellaisissa tapauksissa, joissa tviitti profiloitui selvästi puolueen puheenjohtajaan tai jos tviitissä viitattiin puheenjohtajan sanomisiin. Puheenjohtajia koskevat tviitit käytiin läpi puheenjohtaja kerrallaan, ja tviiteistä pelkistettiin se kokonaisvaikutelma, joka kustakin puheenjohtajasta rakentuu tviittien perusteella.

Vuorovaikutusta analysoitiin tarkastelemalla tviitteihin vastaamista ja uudelleentviittaamista. Tviitit, jotka olivat saaneet aikaan vuorovaikutusta, ryhmiteltiin uudelleen ja analysoitiin laadullisesti tarkastellen. Suosittujen tviittien tyyliä ja teemoja tarkastelemalla selvitettiin, mikä sisällöllinen tekijä tviitissä synnytti vuorovaikutusta. Vuorovaikutusta herättävien ja kaikkien tviittien

suosituimpia tyylejä ja teemoja vertailemalla selvitettiin, olivatko jotkut tietyt tyylit ja teemat erityisen suosittuja vuorovaikutuksen syntymisen kannalta. Erityistä huomiota kiinnitettiin tviitteihin, jotka olivat synnyttäneet eniten vuorovaikutusta.

5.5 Tutkielman eettiset lähtökohdat

Tutkielman suurin eettinen kysymys liittyy siihen, ovatko vaalikeskustelun aikaiset tviitit julkisia ja voidaanko niitä hyödyntää tässä tutkielmassa. Sosiaalisen median käyttäjän ja tutkijan näkemykset voivat erota merkittävästi sen suhteen, mikä on henkilökohtaista eikä kuulu julkiseen tietoon, ja toisaalta, mikä on julkista tietoa (Moe & Larsson 2012, 121). Turtiaisen ja Östmanin (2013, 59) mukaan olennaista on se, mieltävätkö käyttäjät itse verkkosisällön julkiseksi vai yksityiseksi. Tämän tutkielman tviitit sisälsivät #vaalit2015-avainsanan, jolloin ne ovat helposti löydettävissä kaikille internetin käyttäjille huolimatta siitä, onko henkilö rekisteröitynyt Twitteriin vai ei. Voidaan olettaa, että tviittaaja ei lisäisi tviittiinsä suosittua avainsanaa, jos hän haluaisi säilyttää tviittinsä mahdollisimman yksityisenä. MTV3:n vaalikeskustelun ympärillä panostettiin sosiaalisen median näkyvyyteen ja katsojia kannustettiin osallistumaan Twitterissä käytävään keskusteluun #vaalit2015-avainsanaa käyttämällä. Vaalikeskustelun aikaisia tviittejä myös näytettiin televisioruudussa keskustelun aikana. Voidaan olettaa, että tviittaajat olivat tietoisia siitä, että lisättyään tviittiin avainsanan #vaalit2015, tviitti on osa julkista keskustelua. Kyseisen avainsanan lisättyään tviittaajan piti myös olla varautunut siihen, että juuri hänen tviittinsä ja käyttäjätunnuksensa saattaisivat näkyä televisioruudussa.

Twitterin omat käyttöehdot rajaavat tviitit julkisiksi. Twitterin käyttöehdoissa (Twitter 2012) lukee seuraavanlaisesti: *”This license is you authorizing us to make your Tweets available to the rest of the world and to let others do the same.”* Twitterin käyttäjän on pakko hyväksyä Twitterin käyttöehdot rekisteröityessään palveluun, joten käytännössä hyväksymällä ehdot Twitterin käyttäjä antaa muille luvan hyödyntää hänen tviittejään. Edellä mainittujen asioiden perusteella voidaan olettaa, että tviittaajat ymmärsivät tviittiensä olevan julkisia, jolloin niitä voidaan hyödyntää tässä tutkielmassa.

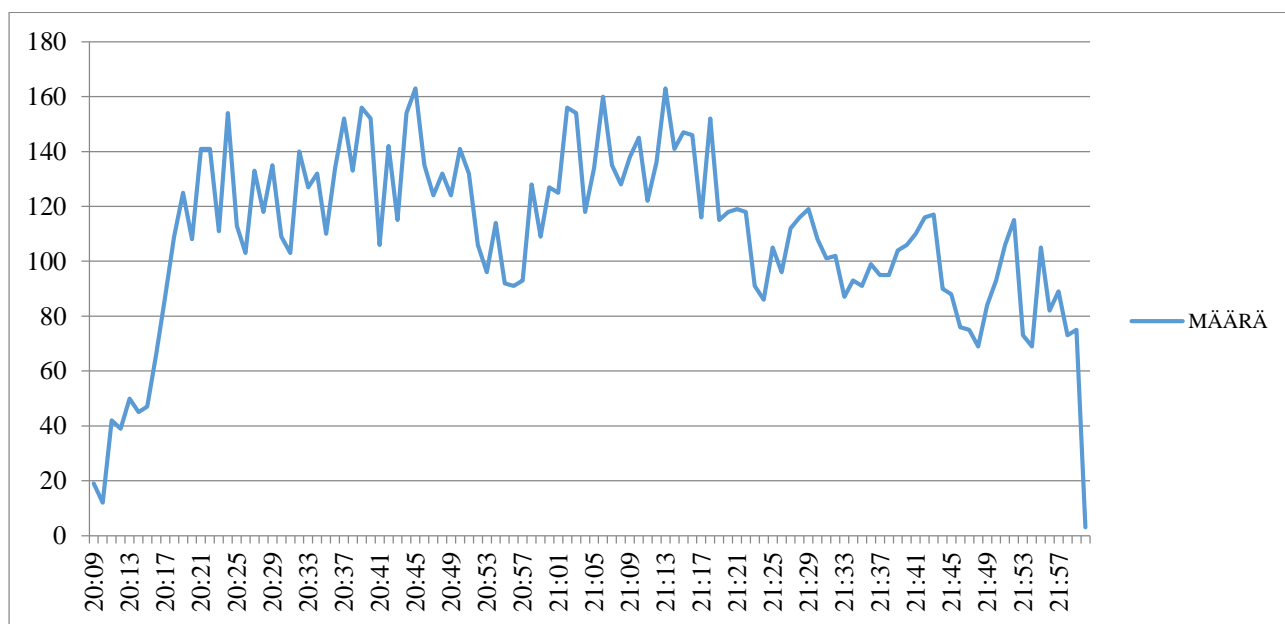
Vaikka tutkielmassa esitettävät tviitit ovat kaikkien luettavissa eivätkä ne sisällä herkkäluonteista materiaalia, tviittien julkaisijoiden käyttäjätunnuksia ei esitetä tässä tutkielmassa. Tviiteistä julkaistaan tekstisisällön lisäksi vain julkaisuajankohta. Vain viittaukset puolueiden puheenjohtajien Twitter-tileihin säilytettiin, sillä merkinnät saattavat olla analyysin kannalta merkittäviä. Lisäksi puheenjohtajien Twitter-tilejä voidaan pitää yksityishenkilöiden tilejä julkisempina. Koska tviitit ovat julkisia, on kuitenkin mahdollista, että niiden perusteella voi päätellä tviitin alkuperäisen lähettäjän.

Turtiainen ja Östman (2013, 60–61) ovat todenneet, että on eettisesti arveluttavaa ja harhaanjohtavaa, jos tutkija osallistuu aktiivisesti tutkimansa verkkoaineiston sisällön tuottamiseen. Tutkija ei siis saa vaikuttaa verkkokeskustelun sisältöön esimerkiksi esittämällä puheenvuoroja, kommentteja ja kysymyksiä, jotka ohjaisivat keskustelun sisältöjä tutkimuskysymysten suuntaan. Jotta keskustelu säilyi aitona ja puolueettomana, tämän tutkielman tutkija ei osallistunut Twitter-keskusteluun vaalikeskustelun aikana.

6 TULOKSET

6.1 Live-tviittien perustiedot

Kaksituntisen vaalikeskustelun aikana live-tviittejä kertyi yhteensä 12 270 kappaletta, joista uniikkeja tviittejä oli yhteensä 7255 kappaletta. Loput 5015 tviittiä olivat uudelleentviittauksia. Alla olevasta kuviosta (Kuvio 1) näkyy tviittien esiintymistiheys keskustelun alusta loppuun.



Kuvio 1. Tviittien esiintymistiheys minuuttitasolla

Kuvion (Kuvio 1) perusteella voidaan sanoa, että tviittien määrät kasvoivat tasaisesti keskustelun alkamisesta noin kymmenen minuutin ajan, kunnes tviittausaktiivisuus nousi yli 120 tviittiin minuuttia kohden. Tviittien määrä pysyi yli sadassa tviitissä minuuttia kohden lähes keskustelun puoliväliin asti. Eniten tviittejä lähetettiin noin klo 20.44 ja 21.14., jolloin lähetettiin yli 160 tviittiä minuutissa. Molempien huippujen kohdalla keskusteltiin taloudesta. Noin klo 20.57 eli keskustelun puolivälissä mainostauon aikana tviittien määrässä tapahtui notkahdus. Tuolloin lähetettiin noin 95 tviittiä minuutissa. Klo 21.29 eteenpäin, kun keskustelu kääntyi ulko- ja turvallisuuspolitiikkaan, tviittien esiintymistiheys oli parhaimmillaan enää 120 tviittiä minuutissa. Ohjelman loppua kohden ulko- ja turvallisuuspoliittisen keskustelun jatkuessa tviittejä lähetettiin koko ajan vähemmän.

Vaalikeskustelussa eniten keskusteluaikaa keränneet teemat ja samalla pääpuheenaiheet liittyivät Suomen talouteen, työllisyyteen sekä turvallisuus- ja puolustuspoliittikkaan.

Yksittäisiä tviittaajia keskustelulla oli yhteensä 3212 ja yksi tviittaaja lähetti keskimäärin 3,8 tviittiä. Eniten tviittejä lähettänyt henkilö lähetti vajaan kahden tunnin aikana 214 tviittiä eli 1,9 tviittiä minuutissa. Suurin osa tviittaajista lähetti kuitenkin vain yhden tviitin koko keskustelun aikana. Aineiston keskiluku eli mediaani on kaksi eli sen molemmin puolin on yhtä paljon arvoja.

6.2 Live-tviittien tyylit

Tutkielman tavoitteena oli selvittää, millaisia vaalikeskustelusta lähetetyt tviitit ovat tyyliltään. Tutkimusaineiston perusteella tviitit luokiteltiin tyyliltään kahdeksaan eri luokkaan, jotka ovat:

- referoivat
- kantaa ottavat
- referoivat ja kantaa ottavat
- toteavat
- kysymykset
- huumori
- äänestys
- muut

Referoiva tviitti on informoiva, sillä se selostaa ohjelman sisältöä kertomalla keskustelun tapahtumista. Referoiva tviitti voi sisältää suoran lainauksen. Referoivat eli selostavat tviitit voivat liittyä esimerkiksi puheenjohtajan kommentteihin tai keskustelun tapahtumiin:

#Rinne sanoo, että konsensus kelpaa myös ulko- ja turvallisuuspolitiikan työkaluksi. #vaalit2015 (21:30:33)

Someäänestyksen voittaja on #Stubb. Palkinto odottaa mainoskatkon jälkeen! #Vaalit2015 (21:43:25)

Kantaa ottava tviitti ei referoi, vaan se pitää sisällään tviittaajan mielipiteen. Kannanotto tai arvio voi keskittyä esimerkiksi puheenjohtajan tai toimittajan toimintaan tai keskustelun ulkopuolisiin asioihin, kuten yrittämiseen:

Tentin tyylikkään on Haglund. Selkeitä perusteltuja kantoja, kuuntelee muita ja antaa itsestään modernin valtiomiehen kuvan. #vaalit2015 (21:43:59)

On todella huonosti johdettu keskustelu. Ensin kysytään mutta kenenkään ei anneta vastata kunnolla #vaalit2015 (20:45:44)

Auttakaa ny hyvänen aika yrittäjiä, varsinkin PK-yrittäjiä. He tämän maan pystyssä pitävät. Vielä toistaiseksi !! #vaalit2015 (21:07:31)

Referoiva ja kantaa ottava tviitti on sellainen, jossa sekä selostetaan ohjelman sisältöä että otetaan kantaa johonkin asiaan. Tviitti siis rakentuu kahdesta edellä esitellystä tyylistä:

"Rauha! Rauha!" huutaa juontaja äänensävyyn ja kehonkielen viestiessä "Sota! Sota!" #vaalit2015 (21:11:31)

Viisi kolmesta pj:stä kannattaa kotihoidontuen jakamista. Hyvä suunta, kohti tasa-arvoa! #vaalit2015 (20:42:26)

Toteava tviitti on neutraali toteamus tilanteesta. Jos referoiva tviitti selostaa ja referoi keskustelun sisältöä ja tapahtumia, on toteava tviitti pikemminkin havainto tilanteesta. Toisin kuin referoiva tviitti, toteava tviitti voi liittyä myös keskustelun ulkopuolisiin asioihin:

Maikkarin tentti, tästä se lähtee! #Stubb #vaalit2015 (20:13:03)

Kun aiheena on turvallisuuspolitiikka, kukaan ei puhu toisen päälle. #vaalit2015 (21:28:18)

Kansainväliset tutkimukset sanoo, Suomi on Euroopan kolmen kilpailukykyisimmän maan joukossa. #vaalit2015 #Rinne (20:41:42)

Kysymystviitiksi lasketaan sellainen kysymys, johon aidosti odotetaan vastausta. Kysymys voi liittyä keskustelun aiheisiin, puheenjohtajien kommentteihin tai yleisesti esimerkiksi työllisyyteen:

@MTVUutiset @jvesikallio Kuka uhkaili? Ja miten? Poliisiasia? #vaalit2015 (21:28:02)

Mikä se Arhinmäen vastaus oli koulutussäästöihin? #vaalit2015 (20:18:35)

Mistä niitä töitä tähän maahan saadaan? #Vaalit2015 (21:15:58)

Kysymystviitiksi ei lasketa esimerkiksi retorista kysymystä, johon tviittaja ei odota kenenkään vastaavan. Jos kysymys itsessään on arvolatautunut, eli se ottaa kantaa, tviitti lasketaan kantaa ottavaksi. Kysymystviittejä ovat siis vain ne kysymykset, joihin aidosti odotetaan vastausta ja jotka eivät ole kantaa ottavia. Alla esitellään kaksi esimerkkiä tviiteistä, joka sisältävät kysymyksen, mutta ne luokitellaan kantaa ottaviksi, sillä ne ovat asenteellisia:

#vaalit2015 Pitäisikö demarit laittaa motivaatiokurssille? (18:42:31)

#vaalit2015 vaivaannuttavaa katsottavaa. Eikö oikeasti Maikkarilta löydy parempia haastattelijoita? (18:18:37)

Huumoritviitiksi lasketaan sellainen tviitti, jonka ensisijaisena tarkoituksena on hauskuuttaa. Tviitti voi pitää sisällään kantaa ottavia piirteitä tai toteavan tviitin kaltaisia huomioita, mutta huumoritviitin ensisijaisena tehtävänä nähdään hauskuuttaminen näppärien sanankäänteiden tai vitsien muodossa. Huumoritviitit liittyvät usein keskustelun aiheisiin ja luonteeseen:

Kumpi on parempi lahja, aktiivisuusranneke vai velkakello?#vaalit2015 (21:52:13)

#vaalit2015: Aina mun pitää mennä eteenpäin, aina mun pitää tapella puheenvuoroista, aina mun pitää puhua päälle, aina mun pitää leikata (21:12:10)

Äänestystviitti on sellainen tviitti, jonka ainoa tarkoitus on äänestää puolueen puheenjohtajaa vaalikeskusteluun liittyvässä Twitter-äänestyksessä. Keskustelussa puheenjohtajaa äänestettiin kirjoittamalla #-merkki ja sen perään puheenjohtajan sukunimi:

#vaalit2015 #sipilä (21:11:48)

Hyvä #Niinistö #vaalit2015 (21:12:56)

Jos tviitti sisältää äänestyksen lisäksi muita olennaisia asioita, kuten kannanottoja tai referointeja, tviitti luokitellaan sen muun oleellisen sisällön mukaan. Tviitti ei siis automaattisesti ole äänestystviitti, vaikka se sisältäisikin ehdokkaan äänestyksen. Esimerkiksi seuraava tviitti sisältää äänestyksen, mutta muun sisällön vuoksi se luokitellaan kantaa ottavaksi:

#Rakenneuudistukset - niitä pitää pystyä tekemään! #Stubb #Vaalit2015 (19:06:50)

Koska äänestystviitit eivät sisällä tutkielman kannalta olennaista sisältöä, äänestystviitit eivät ole oleellisia tutkielman toisen ja kolmannen tutkimuskysymyksen kohdalla. Äänestystviittien teemoja ei siis tarkastella, eikä äänestystviitin perusteella pystytä myöskään kertomaan, minkälaisia vaikutelmia ne luovat puolueiden puheenjohtajista.

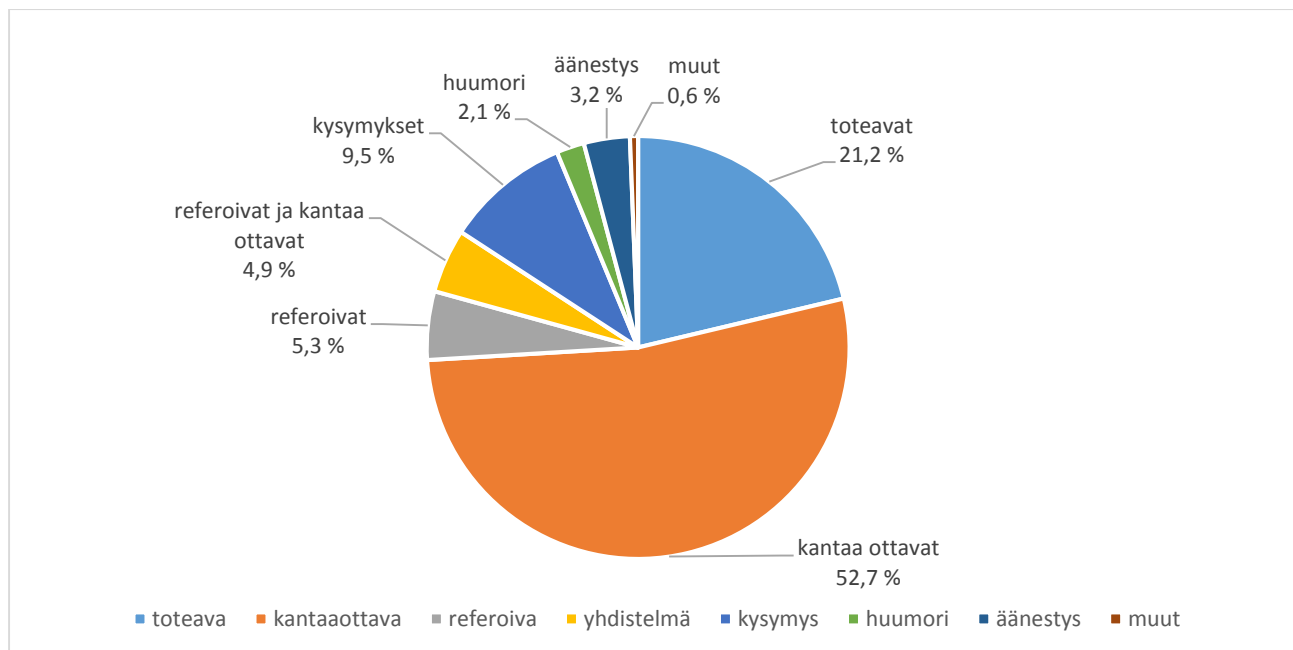
Muut-tviitiksi luokitellaan tviitti, joka sisältää ainoastaan avainsanoja tai linkin esimerkiksi kuvaan tai uutiseen:

#konsensus #yhteistyö #vaalit2015 #sipilä (20:39:44)

Selkeyden vuoksi kukin tviitti luokiteltiin tyyliltään vain yhteen luokkaan. Jos tviitissä oli havaittavissa useampia tyylejä, valittiin sitä parhaiten kuvaava eli ensisijainen tyyli. Omaksi

luokakseen eroteltiin kuitenkin referoivan ja kantaa ottavan tyylin yhdistävä *referoivat ja kantaa ottavat* -luokka, sillä tätä päällekkäisyyttä esiintyi eniten.

Aineiston perusteella live-tviittien tyyliä kuvaavia luokkia ovat siis referoivat, kantaa ottavat, referoivat ja kantaa ottavat, toteavat, kysymykset, huumori, äänestys ja muut. Alla olevassa kuviossa (Kuvio 2) esitetään live-tviittien tyyliä ja määrät koko aineistossa.



Kuvio 2. Kaikkien 12 270 live-tviitin tyyliä ja määrät (%)

Suurin osa tviiteistä oli kantaa ottavia, sillä kaikista 12 270 tviitistä niitä oli 6471 kappaletta eli 52,7 prosenttia. Toiseksi suurin luokka, toteavat, on yli puolet suosituinta luokkaa pienempi. Toteavia oli yhteensä 2602 kappaletta eli 21,2 prosenttia. Kolmanneksi suurin luokka on kysymykset, joita oli 1171 kappaletta eli 9,5 prosenttia. Referoivia tviittejä oli yhteensä 651 kappaletta eli 5,3 prosenttia. Referoivat ja kantaa ottavat -luokan tviittejä oli hieman vähemmän, 606 kappaletta, eli 4,9 prosenttia. Äänestystviittejä oli 432 kappaletta eli 3,2 prosenttia. Huumoriviihteä oli yhteensä 261 kappaletta eli 2,1 prosenttia. Muut-tviittejä oli vähiten, vain 76 kappaletta eli 0,6 prosenttia koko aineistosta.

6.3 Live-tviittien teemat

Tutkielman tavoitteena oli selvittää, mitkä teemat herättävät eniten live-tviittaamista. Alla olevassa taulukossa (Taulukko 1) esitetään aineiston perusteella muodostuneet live-tviittien teemat ja niiden alaluokat järjestyksessä suurimmasta pienimpään. Teemakokonaisuuksia on yhteensä kymmenen kappaletta ja lisäksi on vielä muut-luokka. Alaluokkia on yhteensä 26 kappaletta. Alaluokat kuvaavat tarkemmin sitä, mitä asioita kukin teema pitää sisällään. Neljällä teemalla ei ole kuitenkaan ole alaluokkia, sillä näitä teemoja ei nähty tarpeelliseksi luokitella pienempiin osiin.

Taulukko 1. Live-tviittien teemat ja teemojen alaluokat

TEEMA	ALALUOKKA
Poliittiset toimijat ja päättäjät	puolueen puheenjohtaja
	puolue
	hallitus
	keskustelun ulkopuoliset poliittiset henkilöt
Ohjelman toteutus ja seuraaminen	keskustelun eteneminen ja luonne
	Twitter-keskustelun kommentointi
	toimittaja
	tasa-arvo
	sanavalinnat
	velkakello
Työ	työllisyys
	verot
	yrittäminen

	palkka
Talous	ei alaluokkia
Ulko- ja turvallisuuspolitiikka	turvallisuus- ja puolustuspolitiikka
	ulkopolitiikka
Muut	ei alaluokkia
Lapset, nuoret ja perheet	koulutus
	perhepolitiikka
Valtio ja julkinen sektori	valtionvelka
	uudistukset
	julkinen sektori
	valtion ict-kulut
	byrokratia ja sääntely
Kehitysapu ja maahanmuutto	ei alaluokkia
Poliittiset toimintatavat	yhteistyö ja konsensus
	konkretia ja keinot
	tulevaisuus
Ympäristö ja energia	ei alaluokkia

Live-tviitit luokiteltiin sisällöllisesti sen mukaan, mistä niissä puhuttiin. Koska tviitti saattoi käsitellä montaakin aihe-aluetta kerralla, yksi tviitti voitiin luokitella aiheidensa perusteella useampaan kuin yhteen luokaan. Seuraavaksi eritellään tarkemmin, mitä asioita kuhunkin teemaan ja alaluokkaan kuuluu. Jokaisesta alaluokasta esitetään vähintään yksi esimerkki, jotta luokille tyypilliset piirteet nousevat parhaiten esiin.

Poliittiset toimijat ja päättäjät -teemassa on neljä alaluokkaa, jotka ovat puolueen puheenjohtajaan liittyvät asiat, puolueeseen liittyvät asiat, hallitukseen liittyvät asiat ja keskustelun ulkopuolisiin poliittisiin henkilöihin liittyvät asiat. Kaikki tähän teemaan liittyvät tviitit käsittelevät tavalla tai toisella jotakin poliittista henkilöä, ryhmää tai muuta toimijaa.

Puolueen puheenjohtajaan liittyvät tviitit saattoivat liittyä yhteen tai useampaan puolueen puheenjohtajaan. Tviitit olivat sävyltään kirjavia aina kehuista haukkuihin ja tviiteissä saatettiin esimerkiksi arvioida puheenjohtajan esiintymistä vaalikeskustelussa, puheenjohtajan arvomaailmaa tai aiempaa toimintaa:

Jokainen puoluejohtaja on syyllinen menneen neljän vuoden tuloksiin. Myös opposition. #vaalit2015 #Stubb (20:17:21)

Haglund ja Räsänen ottavat hyvin ja rakentavasti tilaa vaikka pienten puolueiden puheenjohtajia #vaalit2015 (21:11:45)

Puolueeseen liittyvät tviitit käsittelevät yhtä tai useampaa eduskuntapuolelta. Määrällistä erittelyä eri puolueita koskevista tviiteistä ei nähty tarpeelliseksi tehdä, mutta tietyt asiat korostuivat selvästi puolueiden kommentoinnissa. Keskustaa arvosteltiin poliittisesta linjattomuudesta ja myös niin sanottu ”keskiolut pois kaupoista” -kohu herätti keskustelua. Keskustan lisäksi kristillisdemokraatteja ja perussuomalaisia kritisoitiin vanhoillisiksi, sillä puolueet kokivat kotihoidontuen olevan tasa-arvoinen eivätkä puolueet kokeneet, että siihen tarvittaisiin muutosta. Vihreitä ja vasemmistoliittoa muistutettiin hallituksesta lähtemisestä kesken kauden. Vihreät, vasemmistoliitto ja RKP keräsivät kehuja, sillä puolueet eivät olisi valmiita leikkaamaan kehitysavusta. RKP sai osakseen kehuja niiltäkin tviittaajilta, jotka tunnustivat, etteivät äänestäisi kyseistä puoluetta. Tviiteissä keuhuttiin kokoomuksen linjaa verotuksesta, mutta kokoomusta myös kritisoitiin siitä, ettei puolue ollut saanut tarpeeksi aikaan hallituksessa. Yhdessä tviitissä kerrottiin, että ihanteellinen poliitikko olisi yhdistelmä tiettyihin puolueisiin liitetyistä piirteistä:

Ihanteellisella politiikolla ois Vasemmistolaisen aatteet, RKP:läisen sivistys ja Kokoomuslaisen vaatekaappi. #vaalit2015 (18:55:00)

Myös pienempien puolueiden olemassaolosta muistutettiin:

Hei, kaikki turhautuneet! Muistakaa, että on olemassa myös @Piraattipuolue #vaalit2015 (21:46:51)

Hallitukseen liittyvissä tviiteissä puhuttiin joko menneestä tai nykyisestä hallituksesta tai spekuloidiin tulevaa hallituspohjaa:

Tämä vaalikeskustelu oli demonstraatio siitä, mikä tässä hallituksessa oli vikana: liian monta ääntä huutamassa yhtä aikaa. #vaalit2015 (21:57:05)

Pääministerin käytös ja kommentit vihjaavat, että hallitusvaihtoehtomme on #persukokkari tai #punamulta. Se on #catch22-tilanne. #vaalit2015 (21:45:42)

Keskustelun ulkopuolisiin poliittisiin henkilöihin liittyvissä tviiteissä puhuttiin selkeästi poliittisesta henkilöstä, esimerkiksi eduskuntavaaliehdokkaasta, kansanedustajasta tai europarlamentaarikosta. Esimerkkejä tällaisista tviiteissä esiintyvistä henkilöistä olivat esimerkiksi poliitikko Olli Rehn ja eduskuntavaaliehdokas Jari Porttila. Olli Rehnin ulosmarssi kesken Helsingin yliopistolla järjestetyn EU-paneelin oli puheenaihe myös saman illan vaalikeskustelun tviiteissä:

Kenellä puheenjohtajista olisi pokkaa tehdä ollirehnit? #vaalit2015 (21:21:43)

Ohjelman toteutus ja seuraaminen -teemaan liittyviä alaluokkia ovat keskustelun eteneminen ja luonne, Twitter-keskustelun kommentointi, toimittaja, tasa-arvo, sanavalinnat ja velkakello. Kaikki tähän teemaan liittyvät tviitit käsittelivät jollakin tavalla ohjelman toteutusta, siinä tehtyjä valintoja tai keskustelun etenemistä. Tviitti voi olla myös yleinen huomio keskustelun tyylistä, esimerkiksi sanavalinnoista, tai joidenkin keskustelunaiheiden puuttumisesta.

Keskustelun etenemiseen ja luonteeseen liittyvissä tviiteissä esimerkiksi selostettiin keskustelun tapahtumia, otettiin kantaa keskustelun kulkuun tai arvioitiin keskustelun aihevalintoja. Monet tviitit liittyivät keskustelun luonteeseen ja erityisesti kiireelliseen siirtymiseen aiheesta toiseen. Monissa tviiteissä ihmeteltiin sitä, ettei puheenjohtajien annettu puhua loppuun. Tviittien mukaan vaalikeskustelua leimasi jatkuva kiireen tuntu:

Ketä tämän tyylinen pikajuoksutentti palvelee? #vaalit2015 (18:58:55)

Kukaan puheenjohtajista ei saa kunnolla perustella väitteitään, kun toimittajat ovat jo siirtämässä puheenvuoroa seuraavalle. #vaalit2015 (20:55:21)

Useissa tviiteissä todettiin, että keskustelua oli vaikea seurata, sillä puheenjohtajat puhuivat toistensa päälle. Päälle puhumista ihmeteltiin ja paheksuttiin, ja useissa viesteissä sitä verrattiin lasten käytökseen:

Lapsille yritetään opettaa käytöstapoja ja samaan aikaan puoluejohtajat käyttäytyvät teeveessä kuin pikkulapset. #vaalit2015 #päällepuhujat (21:05:17)

Twitter-keskustelun kommentointi oli vaalikeskusteluun liittyvän *Twitter*-äänestyksen kommentointia esimerkiksi sen tarpeellisuudesta tai ärsyttävyydestä. Myös *Twitter*-keskustelun kovaa tempoa ja tviittien lukemisen mahdottomuutta kommentoitiin:

#mtv pilasi #vaalit2015 -tagin kokonaan puoluejohtajaaäänestyksellä. Kukaan ei tuosta ehdi lukea niitä järkeviä kommentteja. (20:18:43)

Toimittajaan liittyvissä tviiteissä keskustelun vetäjien toimintaa arvioitiin sekä positiivisesti että negatiivisesti. Toimittajia kiiteltiin napakasta otteesta, mutta monet arvostelivat toimittajia siitä, että he ottivat liian suurta roolia eivätkä he antaneet puheenjohtajien puhua loppuun:

"Mennään eteenpäin." Eikä mennä! Antakaa niiden väitellä, jooko? Ne yrittäis nyt tuoda esille niitä puolueiden eroja. #vaalit2015 #rinne (20:33:01)

Keskustelun kahdesta toimittajasta erityisesti naistoimittaja herätti kuumia tunteita:

Tämä naistoimittaja on ärsyttävämpi kuin Räsänen ja Soini yhteensä. #Vaalit2015 #piiska (20:32:49)

Tasa-arvoon liittyvät tviitit koskivat suureksi osaksi tasa-arvoaiheiden puutetta ja epätasa-arvoista sukupuolijakaumaa vaalikeskustelussa. Tviiteissä kaivattiin lisää naisia puolueiden puheenjohtajiksi:

10-vuotias tyttäreni osui ytimeen: "Liian vähän naisia keskustelussa, eivät pääse eteenpäin." #vaalit2015 #lapset (21:02:53)

Sanavalinnat-alaluokkaan liittyvät keskustelun aikana kuullut ja mahdollisesti usein toistuneet kielikuvat ja sanavalinnat. Paljon keskustelua aiheuttivat Juha Sipilän erinäiset sanavalinnat ja kielikuvat, kuten valtionvelan havainnollistaminen halkoesimerkin avulla ja kommentti ”humpuukia”:

#sipilä'n halkoesimerkki ei #muuten pomminvarmasti selventänyt asiaa suurimmalle osalle katsojista. #vaalit2015 #MTV3 (20:32:57)

Etenkin keskustelun alkupuolella ahkerasti käytetty sana ”tilannekuva” toistui tviittaajien mielestä liiaksikin. Osa tviittaajista mietti, mitä kyseinen termi edes tarkoittaa:

#Tilannekuva: ”tiettyä tilennetta esittävä kuva, tuokiokuva” – Nykysuomen sanakirja 1975 #Vaalit2015 (20:21:22)

Velkakelloon liittyvät tviitit käsittelivät vaalikeskustelussa nähtyä velkakelloksi kutsuttua mittaria, joka näyttää Suomen valtionvelan kasvun reaaliajassa. Velkakellolla pyritään esimerkiksi osoittamaan valtionvelan kasvunopeutta. Velkakelloon liittyvissä tviiteissä jotkut kauhistelivat velan

määrää, mutta useimmat ihmettelivät sitä, miksi vaalikeskustelussa ylipäänsä näytettiin velkakelloa. Osassa tviiteistä oli havaittavissa turhautumistakin:

Pelkän velkakellon tuijottaminen on on harhaanjohtavaa pöyhöpopulisimia. Skarpatkaa #MTVUutiset #vaalit2015 #talous (20:28:32)

Velkakelloon liittyvä kommentointi sai myös humoristisia piirteitä:

Onko tuo @Maikkari #Vaalit2015 kello Nalle Wahlroosin tilin saldo? (20:33:01)

Työhön liittyviä alaluokkia ovat työllisyys, verot, yrittäminen ja palkka. Kaikki tähän teemaan liittyvät tviitit käsittelivät työtä jostakin näkökulmasta, esimerkiksi työttömyyden, työpaikkojen, verojen, yrittämisen tai palkan kautta.

Työllisyyteen liittyivät monenlaiset asiat, kuten työn tekeminen, työttömyys, työpaikat, työntekijän palkkaaminen, nollatuntisopimukset, ansiosidonnainen työttömyysturva ja irtisanomissuoja. Monessa viestissä päiviteltiin työttömyyttä ja työpaikkojen vähyyttä. Tviiteissä toistuivat myös toteamukset siitä, että Suomi lähtee nousuun vain työtä tekemällä. Myös ansiosidonnainen työttömyysturva herätti mielipiteitä:

Hallitus ei luo työpaikkoja, eikä virkamiehet. Työ luo työtä kun yrityksillä on siihen edellytykset. #vaalit2015 #stubb (21:14:43)

Ansiosidonnainen ja tuet on liian isoja, koska meillä on jengiä, jotka jää mieluummin himaan ottaa löysää kuin menee töihin. #vaalit2015 (21:17:45)

Veroihin liittyviä aiheita olivat pääosin verotuksen keventäminen, ansiotulovero ja yritysvero. Tviiteissä kannatettiin ansiotulo- ja yritysverotuksen keventämistä:

Ei ihme että on työnantajapula kun työnantajat joutuvat pakenemaan veroja ulkomaille. #soini #vaalit2015 (21:05:16)

Jos Suomessa keskityttäisiin enemmän oman verohelvetin purkamiseen kuin veroparatiisien märehittämiseen, olisiko tilanne toinen? #vaalit2015 (21:30:02)

Yrittämiseen liittyvissä tviiteissä puhuttiin yritystuista ja toivottiin kannustusta ja kannustimia yrittämiseen:

Toinen tärkeä asia on yrittäjyyden helpottaminen. Suomessa yrityksen perustaminen on nykyisin liian monimutkaista ja kallista #vaalit2015 (20:27:34)

Palkkaan liittyvissä tviiteissä käsiteltiin muun muassa Alexander Stubbin kommentointia suomalaisten liian korkeista palkoista:

Stubb: "Suomessa liian korkea palkkataso". Samaa se Holkeri valitti jo 80-luvulla. #samalaulu
#Vaalit2015 (20:40:45)

Myös äärimaltillinen palkkaratkaisu terminä herätti keskustelua:

Myös Sipilä kannattaa "äärimaltillisia" palkankorotuksia. Maltillisuus on nykyisin ääriliike. #vaalit2015
(20:45:56)

Talous-teemaan liittyvät tviitit käsitelivät Suomen taloustilannetta. Tviitit liittyivät leikkaamiseen ja elvyttämiseen:

Puolueilta nyhdetään pelkkiä leikkauslistoja. Missä on elvytyslistat? #vaalit2015 (21:08:54)

Osa tviittaajista näki viennin tärkeänä osana talouskasvun synnyttämisessä, mutta monet kaipasivat yksityiskohtaisempaa puhetta siitä, miten vienti saadaan vetämään:

Kasvua ei synny leikkaamalla, vaan panostamalla vientiin ja uusien menestysalojen synnyttämiseen.
#vaalit2015 #rinne (20:29:09)

Paljon puhetta viennistä. MILLÄ se vienti tehdään? Ei ne palkat, vaan mitä niillä saadaan! #kilpailukyky
#tehokkuus #innovaatiot #vaalit2015 (20:40:58)

Ulko- ja turvallisuuspolitiikka -teemaan kuuluvat alaluokat turvallisuus- ja puolustuspolitiikka ja ulkopoliitiikka. Tähän teemaan kuuluvat tviitit liittyivät Suomen suhteisiin muihin valtioihin.

Turvallisuus- ja puolustuspolitiikkaan liittyvät viestit sisälsivät kommentteja Suomen puolustuksesta, pohjoismaalaisesta puolustusyhteistyöstä, Natosta, kyberturvallisuudesta ja Suomen suhteesta Venäjään. Tviiteissä otettiin kantaa Nato-jäsenyyden puolesta ja sitä vastaan. Monet pitivät Venäjää Suomelle suurimpana turvallisuushkana, mutta osa tviittaajista nosti keskusteluun myös kyberturvallisuuden:

Milloin on oikea aika hakea #Nato:n jäsenyyttä? Kun Venäjän tankit vyöryy rajan yli? #vaalit2015
(21:39:47)

Haluan tietää mitä tuleva hallitus aikoo tehdä kyber hyökkäysten estämiseksi. #vaalit2015 #kyber
#hyökkäys (21:30:29)

Ulkopoliitiikkaan liittyvissä tviiteissä käsiteltiin Suomen ulkopoliittisia suhteita ja esimerkiksi Euroopan unionia. Keskustelun rauhoittuminen puheen siirtyessä ulkopoliitiikkaan huomattiin myös tviiteissä:

Ulkopoliitiikka rauhoitti rähisijät. Taitaa olla vakava paikka. #vaalit2015 (21:31:49)

Muut-teemaan kuuluvat kaikki teemoittelun ulkopuolelle jääneet sekalaiset ja hyvin pieniksi jääneet aiheet. Muut-teeman kuuluvat myös ne tviitit, joissa oli vain avainsana #vaalit2015. Teemaan kuuluvista tviiteistä voi löytää muutamia pieniä asiakokonaisuuksia, jotka liittyivät esimerkiksi eduskuntavaaliehdokkaan tai nettisivun mainostamiseen, äänestämiseen, johtamiseen ja liikuntaan. Joukossa oli myös kommentteja, joiden asiayhteydet eivät selvinneet viesteistä:

Liikunta on tärkeää ja myös terveellisempää kuin huumeet. #vaalit2015 (20:10:29)

Jokohan tilanne nyt alkaa olla hahmottunut? #vaalit2015 (18:16:33)

Lapset, nuoret ja perheet -teeman alaluokkia ovat koulutus ja perhepolitiikka. Nimensä mukaisesti teeman aiheet koskettivat erityisesti koulua käyviä lapsia ja nuoria sekä lapsiperheitä.

Koulutukseen liittyvissä viesteissä oltiin tyytyväisiä, että vaalikeskustelu aloitettiin koulutusaiheella. Koulutusta pidettiin selkeästi tärkeänä aiheena ja vaaleista puhuttiin jopa koulutusvaaleina:

Hienoa että #mtv haluaa puhua koulutuksesta. Nämä vaalit ovat #koulutusvaalit #vaalit2015 #koulutuslupaus (18:27:16)

Tviiteissä käsiteltiin myös koulutuslupaus, opintotukea sekä yleisesti koulutuksen tärkeyttä niin lapsille kuin tulevaisuuden Suomellekin:

Koulutukseen pitää panostaa, ei leikkauksille. Tulevaisuus on koulutuksessa. #mtv #vaalit2015 #koulutus #niinistö (20:22:54)

Perhepolitiikkaan liittyvät tviitit käsittelivät pääasiassa kotihoidontukea, mutta myös vanhempainvapaaseen ja lapsilisään liittyviä tviittejä esiintyi. Useimmissa tviiteissä oltiin sitä mieltä, ettei kotihoidontuki ole tasa-arvoinen. Monet kotihoidontukeen liittyvät tviitit pitivät sisällään viitteitä puheenjohtajista ja heidän kommentistaan kotihoidontukeen liittyen:

Keskusta, perussuomalaiset ja kristilliset tukevat kotiäitiyhteiskuntaa. #Niinistö haluaa tasa-arvoa perheisiin ja työelämään. #vaalit2015 (20:44:11)

Valtio ja julkinen sektori -teemaan liittyvät alaluokat ovat valtionvelka, uudistukset, julkinen sektori, valtion ict-kulut ja byrokratia ja sääntely. Kaikki teemaan kuuluvat alaluokat käsittelevät valtion ja julkiseen sektoriin liittyviä asioita, kuten julkisen ja yksityisen sektorin välistä suhdetta, valtion roolia sääntelijänä ja valtion suorittamia rakenteellisia uudistuksia.

Valtionvelkaan liittyvät tviitit käsittelivät Suomen velkaantumista. Tviiteissä kauhisteltiin velan määrää ja jotkut halusivat jopa maksaa oman osuutensa valtionvelasta pois. Poliitikkojen kykyihin valtiovelan kukistamiseksi ei täysin uskottu:

Saako oman osuuden maksaa valtiovelasta pois? Yhdelläkään puolueella ei ole kykyä tehdä riittäviä toimia suunnan muuttamiseen. #vaalit2015 (20:31:47)

Uudistuksiin liittyvät tviitit käsittelivät pääasiassa rakenneuudistuksia ja rakennepakettia. Monet tviittaajat kokivat, että Suomen on tehtävä rakenneuudistuksia ja että uudistukset ovat osa talouden tasapainottamista:

Nyt tarvitaan kysyntää vahvistavia toimia, rakenneuudistuksia ja talouden tasapainottamista. Kyse on kokonaisuudesta. #vaalit2015 #Rinne

Osa toivoi, että keskustelijat kertoisivat, mitä rakenneuudistus käsitteenä tarkoittaa. Keskusteluun kaivattiin myös esimerkkejä siitä, mitä ja miten uudistuksia tehdään:

#rakenneuudistus ja #leikkaus on helppo sanoa, jos ei samalla kerro, mitä rakenteita ja miten aikoo uudistaa jomitä leikata #vaalit2015 (20:34:51)

Julkiseen sektoriin liittyvissä tviiteissä pohdittiin julkisen ja yksityisen sektorin suhdetta, valtion roolia ja virkamiesten suurta määrää Suomessa:

Paras asia mitä valtio voisi tehdä taloudelle: antaisi yksityisen sektorin toimia ja pysyisi itse poissa. #vaalit2015 (21:04:43)

Valtion ict-kulut -alaluokassa käsiteltiin valtion ict-hankintojen kalleutta ja niistä säästämistä. Kirjainyhdistelmä ict muodostuu sanoista ”information and communications technology”. Tviiteissä todettiin, että valtion ict on suosittu leikkaushitti, mutta siitä säästäminen ei ratkaise suuria ongelmia. Joidenkin mielestä valtion ict-tuista leikkaaminen on ristiriidassa kyberturvallisuuden kehittämisen kanssa:

Itsensä korostamista, menneiden myyntipuheita. Puhutaan Kyber turvallisuuden tärkeydestä ja samalla halutaan ICT- leikkauksia? #vaalit2015 (19:31:39)

Byrokratia ja sääntely -alaluokassa käsitellään valtion monimutkaista byrokratiaa ja liiallista sääntelyä. Valtion rakenteisiin toivottiin väljyyttä ja sääntelyä toivottiin poistettavan niin, ettei se esimerkiksi estäisi uusia innovaatioita. Puheenjohtajien kommentointia byrokratiasta haluttiin toisaalta myös haastaa:

Puretaan sääntelyä, liikaa on byrokratiaa, plaaplaa. Osaisikohan #Sipilä luetella kymmentä oikeasti turhaa direktiiviä? #vaalit2015 (21:52:15)

Kehitysapu ja maahanmuutto -teemassa käsitellään esimerkiksi kehitysapurahoja, työperäistä maahanmuuttoa ja maahanmuuttokiintiötä. Kehitysapu ja maahanmuutto niputettiin yhdeksi

teemaksi, sillä tviiteissä puhuttiin usein molemmista aiheista rinnakkain. Kehitysavun puolestapuhujat olivat sitä mieltä, ettei heikon taloustilanteen pitäisi riittää syyksi leikata kehitysavusta. Kehitysapua kannattaneet perustelivat näkemyksiään vetoamalla vaalikeskustelussa kuultuihin kommentteihin:

#haglund "solidaarisuus ei ole suhdanneasia" Aivan oikein @Calle_Haglund #vaalit2015 (21:11:35)

Maahanmuuttoon liittyvät tviitit käsittelevät keskustelussa esiin noussutta kysymystä maahanmuuton kustannuksista. Myös työperäisen maahanmuuton tarpeellisuudesta keskusteltiin:

Hyvä, että #Räsänen haastaa Soinia maahanmuuton kustannuksista. PS:n heitot ovat vailla mitään faktapohjaa. #rohkeus #vaalit2015 (21:18:28)

Ei työperäistä maahanmuuttoa tarvittaisi, jos suomalaiset olisivat valmiita tekemään kaikkia töitä kaikkialla. #vaalit2015 (21:19:18)

Poliittiset toimintatavat -teema pitää sisällään alaluokat, joka ovat yhteistyö ja konsensus, konkretia ja keinot sekä tulevaisuus. Teemaan kuuluvissa tviiteissä korostui puhe poliittisista toimintatavoista ja keinoista, joilla politiikkaa tulisi viedä eteenpäin. Tviiteissä toivottiin eteenpäin menevää ja tulevaisuuteen katsovaa politiikkaa, jossa puolueiden välisellä yhteistyöllä ja konkreettisilla toimenpiteillä päästäisiin toivottuun lopputulokseen. Poliittisen keskustelun toivottiin siis siirtyvän tehtyjen virheiden käsittelystä kohti konkreettisia keinoja puheenjohtajien välistä ristiriidoista riippumatta.

Yhteistyö ja konsensus -alaluokkaan kuluviissa tviiteissä toivottiin, että puheenjohtajat löytäisivät keskustelussa edes jossakin asiassa yhteisen sävelen ja että he pystyisivät tekemään yhteistyötä. Vaalikeskustelussa esiin noussut puheenjohtajien ja puolueiden välinen jatkuva erimielisyys ihmetytti tviittaajia:

Kasa viisaita päättäjiä tietää paljon. Miten on mahdollista, ettei paljostakaan olla samaa mieltä? #yhteistyö #vaalit2015 (21:43:25)

Konkretia ja keinot -alaluokan tviiteissä toivottiin ratkaisukeskeisempää otetta keskusteluun. Tviiteissä peräänkuulutettiin konkreettisia toimenpiteitä ja toivottiin, että ideologisten asioiden sijaan puheenjohtajat kertoisivat, millä keinoilla mikäkin asia saavutetaan:

Politiikka vaatii konkretiaa. On olemassa kauniita ajatuksia, mutta ne eivät kannu pitkälle jos mitään ei saada aikaiseksi #vaalit2015 (20:32:26)

Tulevaisuuteen liittyvissä tviiteissä toivottiin, että keskustelussa puhuttaisiin menneiden tapahtumien ja toisten syyttelyn sijaan tulevasta. Vanhojen asioiden käyminen läpi tuntui tviittaajista turhauttavalta:

Menneiden virheiden ja detaljien kaivelu tuskin kiinnostaa yhtä paljon kuin tulevaisuuden kuviot.
#vaalit2015 (20:50:16)

Ympäristö ja energia -teemaan liittyvät tviitit käsittelevät muun muassa luontoa ja luonnonsuojelua, biotaloutta, ympäristöteknologiaa ja ydinvoimaa. Ilmastomuutoksen vastaisia toimenpiteitä tivattiin puheenjohtajilta:

Seuraavina vuosikymmeninä kasvihuonekaasujen päästöt pitäisi saada lähes nollaan. Mitkä ovat keinot?
#Vaalit2015 #Ilmastomuutos (21:16:56)

Biotalous nähtiin osana energiaremonttia, jossa siirryttäisiin pois ydinvoimasta kohti ympäristöteknologiaa:

.@VilleNiinisto : Laitetaan julkiset hankinnat palvelemaan puhdasta teknologiaa, biotaloutta.
#energiaremontti #vaalit2015 (21:04:29)

Koska tviitit voivat liittyä useampaan luokkaan samanaikaisesti, seuraavaksi esitellään esimerkkejä tviiteistä, jotka käsittelevät useampaa kuin yhtä aihetta. Esimerkkien avulla voidaan huomata, että lyhyessäkin viestissä voi olla paljon sisältöä. Esimerkkien yhteydessä kerrotaan teemojen lisäksi myös tviittien tyyliä.

Seuraava tviitti kuuluu kahteen luokkaan, joita ovat uudistukset ja hallitus. Tyylieltään tviitti on kantaa ottava:

Rakenteellisista uudistuksista on huonot näytöt kaikilta hallituksilta viimeisen 40 vuoden ajalta.
#vaalit2015 (20:45:18)

Seuraavassa tviitissä esiintyvät luokat työllisyys, yrittäminen, verot ja ympäristö. Tyylieltään tviitti on kantaa ottava:

Suomalaista työtä ja yrittäjyyttä ei synny sillä, että verot on tapissa ja rahaa haaskataan tuulivoimatuotantoihin. #vaalit2015 (20:54:18)

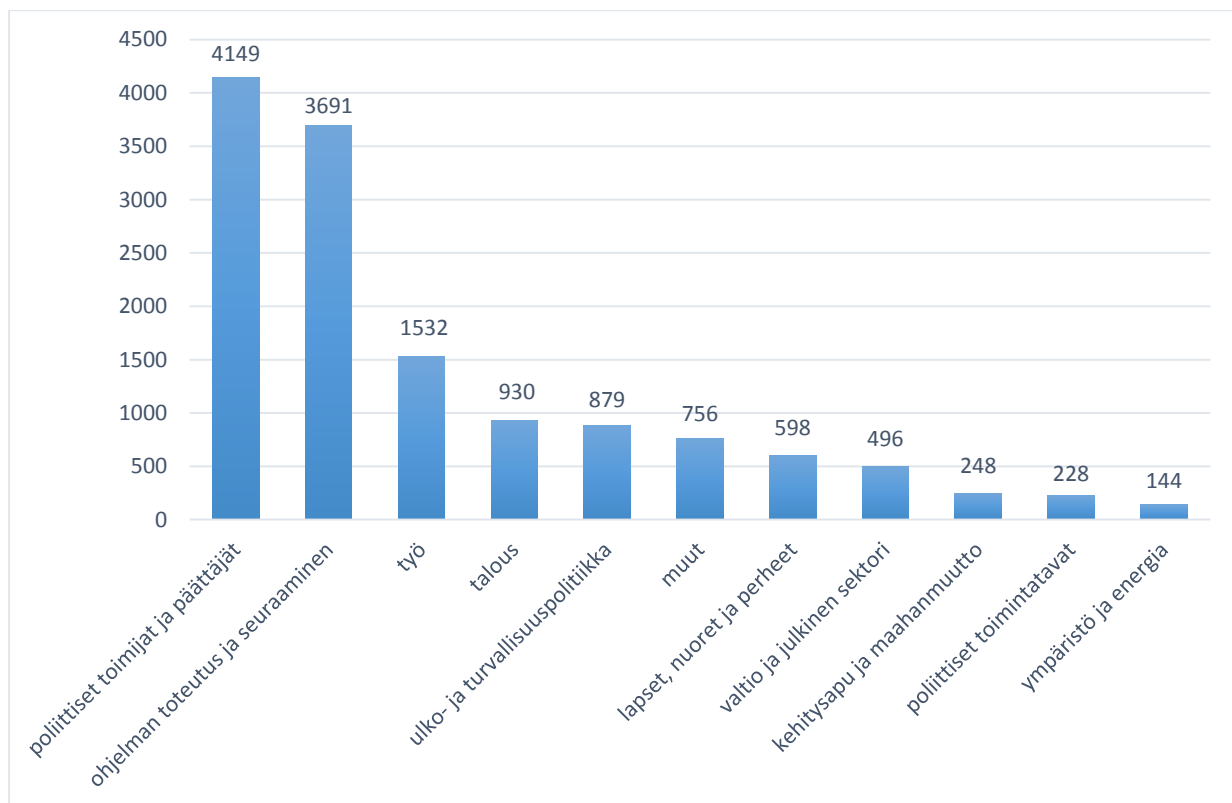
Seuraavaksi esiteltävässä tviitissä referoidaan puheenjohtaja Stubbin kommenttia Natosta ja keuhutetaan sitä. Tviitti kuuluu siis teemaluokkiin puheenjohtaja sekä turvallisuus- ja puolustuspolitiikka. Koska tviitissä sekä referoidaan että otetaan kantaa, tviitti on tyylieltään referoiva ja kantaa ottava:

#Stubb "Nykyinen merkintä Nato-optiosta oli virhe. Nyt esitettävä mahdolliset askeleet kohti Natoa."
Hyvä avaus pääministeriltä. #vaalit2015 (21:35:30)

Seuraavassa esimerkissä puhutaan verotuksesta, työttömien määrästä ja palkan maksusta. Tviitti lukeutuu kolmeen luokkaan, joita ovat verot, työllisyys ja palkka. Tviitti on tyyliltään kysymys:

Mitä tehdään, kun yritysten verotus on ajettu nolille ja työttömiä edelleen 300000? Valtio alkaa maksaa yksityisten palkkoja? #vaalit2015 (20:57:51)

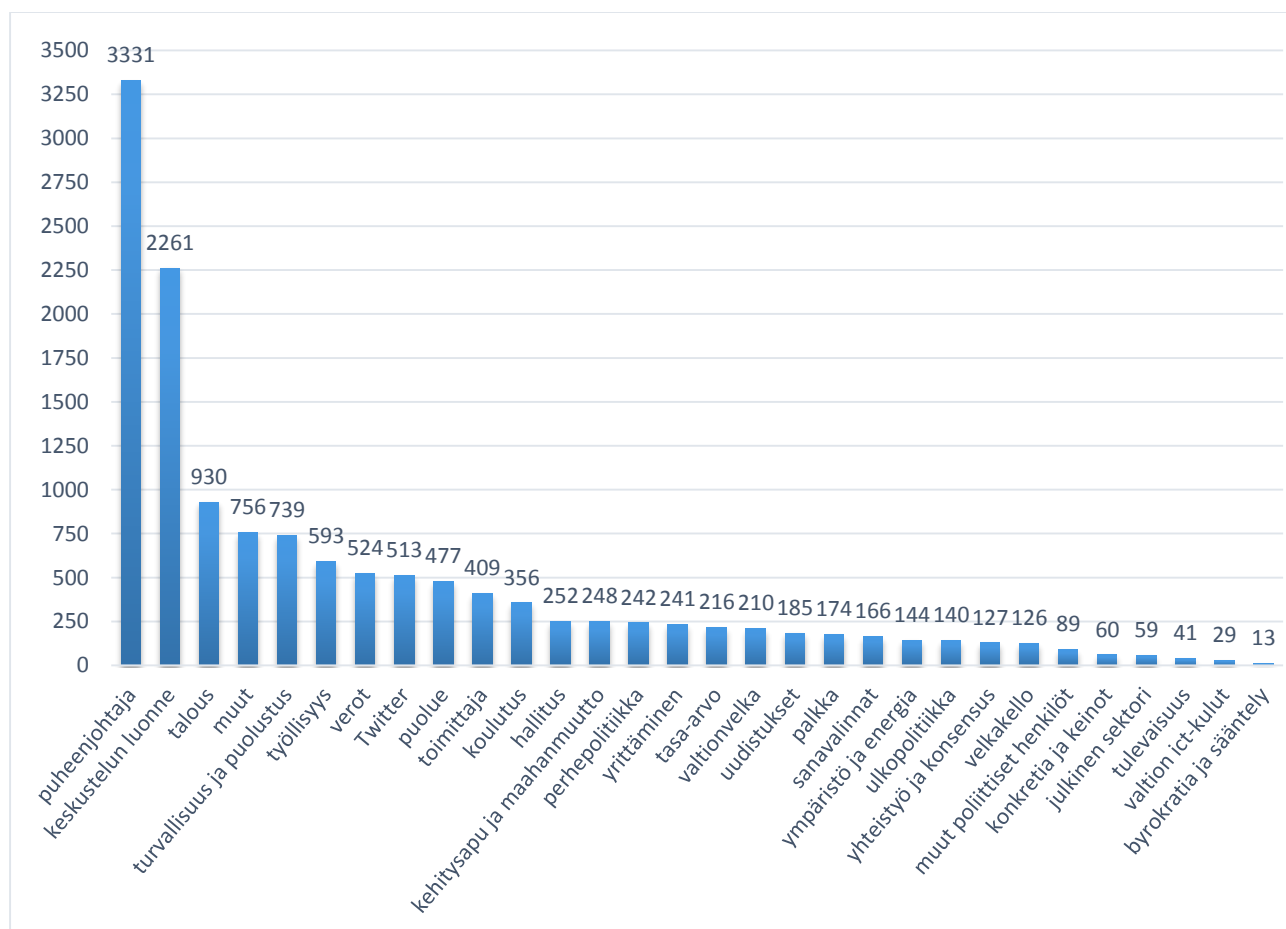
Alla olevassa kuviossa (Kuvio 3) esitetään, kuinka monta live-tviittiä kuuluu kuhunkin teemaan eli mitkä asiakokonaisuudet herättivät eniten live-tviittaamista. Osa aineiston tviiteistä käsitteli enemmän kuin yhtä aihetta, jolloin tviitti luokiteltiin kuuluvaksi useampaan teemaan samanaikaisesti. Kuviota ei siis ole tarkoituksenmukaista esittää prosentuaalisesti, sillä näin esitettynä kuvio ei olisi yhtä havainnollistava eikä tarkka prosenttilukujen yhteenlasketun summan ollessa yli 100 prosenttia.



Kuvio 3. Live-tviiteissä käsiteltävät aiheet ja aiheiden määrät teemoittain (kpl)

Tviitit käsittelivät selkeästi eniten poliittisia toimijoita ja päättäjiä (33,8 %) sekä ohjelman toteutusta ja seuraamista (30,1 %). Näihin teemoihin liittyen tviitattiin moninkertaisesti enemmän verrattuna seuraavaksi suosituimpiin teemoihin. Tärkeimmiksi varsinaisiksi poliittisiksi puheenaiheiksi nousivat työ (12,5 %), talous (7,6 %) ja ulko- ja turvallisuuspolitiikka (7,2 %). Vähiten keskustelua herättivät kehitysapu ja maahanmuutto (2,0 %), poliittiset toimintatavat (1,9 %) sekä ympäristö ja energia (1,2 %).

Edellä esitetty kuvio (Kuvio 3) kuvaa yleisten teemojen esiintyvyyttä live-tviiteissä. Tviiteissä esiintyneitä aiheita on syytä tarkastella kuitenkin myös yksityiskohtaisemmin alaluokkien tasolla. Alla olevassa kuviossa (Kuvio 4) esitetään kaikkien alaluokkien ja alaluokattomien teemojen (talous, kehitysapu ja maahanmuutto, ympäristö ja energia ja muut) määrät live-tviiteissä. Kuten edellä on mainittu, yksi tviitti saattoi käsitellä useampia aiheita, jolloin se luokiteltiin useampaan luokkaan samanaikaisesti. Tätäkään kuviota ei siis esitetä prosentuaalisesti, sillä prosenttilukujen yhteenlaskettu summa olisi yli 100 prosenttia.



Kuvio 4. Live-tviiteissä käsiteltävät aiheet ja aiheiden määrät alaluokittain (kpl)

Kuten kuvio (Kuvio 4) osoittaa, aiheiden välillä oli määrällisesti suuria eroja. Aineistossa oli eniten puolueiden puheenjohtajiin liittyviä tviittejä, sillä niitä oli 27,1 prosenttia eli yli neljännes. Keskustelun etenemiseen ja luonteeseen liittyvistä asioista tviitattiin toiseksi eniten, niitä oli 18,4 prosenttia eli lähes viidennes. Kaksi suosituinta aihetta olivat selvästi suosituimpia kuin muut aiheet. Suosituimpia poliittisia puheenaiheita olivat talous (7,6 %), turvallisuus- ja puolustuspolitiikka (6,0 %) ja työllisyys (4,8 %). Twitteriin liittyvää keskustelua (4,2 %) käytiin yllättävän paljon, sillä sitä esiintyi enemmän kuin esimerkiksi puolueisiin (3,9 %), toimittajiin (3,3 %) tai hallitukseen (2,1 %) liittyviä tviittejä. Tasa-arvoonkin liittyviä tviittejä esiintyi aineistossa 1,9 prosenttia, vaikka vaalikeskustelussa vain sivuttiin tasa-arvoaihetta kotihoidontuesta keskusteltaessa. Tasa-arvoon liittyviä tviittejä oli jopa enemmän kuin esimerkiksi valtionvelkaan (1,7 %), ympäristöön ja energiaan (1,2 %) sekä ulkopoliitiikkaan (1,1 %) liittyviä tviittejä. Vähiten keskustelua herättäviä aiheita olivat tulevaisuuteen (0,3 %), valtion ict-kuluihin (0,2 %) sekä byrokratiaan ja sääntelyyn (0,1 %) liittyvät tviitit.

6.4 Live-tviittien tyylien ja teemojen tarkastelu rinnakkain

Live-tviittien tyylejä ja teemoja voidaan tarkastella rinnakkain, jotta saadaan selville esimerkiksi se, millaisia tietyn aihealueen tviitit olivat tyyliltään. Alla oleva taulukko (Taulukko 2) on ensisijaisesti apuväline tarkasteltaessa tyylien ja teemojen useuksia ja yhteyksiä toisiinsa.

Taulukossa (Taulukko 2) yksi tviitti jaettiin teema-sarakkeisiin sen mukaan, kuinka montaa eri aihetta siinä käsitellään. Yksi tviitti voi edustaa tyyliltään vain yhtä luokkaa, mutta teemoja sillä voi olla useampia. Tämän tutkielman aineistossa yksi tviitti kuuluu parhaimmillaan neljään teemaluokkaan. Jos yksi tviitti oli esimerkiksi kantaa ottava ja se luokiteltiin alkujaan teemoihin yrittäminen ja palkka, alla olevassa taulukossa yksi tviitti on merkitty kahteen teemaluokkaan eli luokkiin yrittäminen ja palkka. Yksi tviitti on siis yhdessä sarakkeessa mutta se voi olla useammalla rivillä. Tyylien prosenttilukuja ei siis ole tarpeellista laskea yhteen, sillä yhden tviitin tyyliluokka on taulukossa aina niin monessa kohdassa, kuin tviitissä on teemoja. Taulukon pystysarakkeella esitetään tviittien tyyliluokat ja vaakarivillä tviittien teemaluokat. Soluissa olevat prosenttiluvut kertovat, kuinka useasti tviiteissä puhuttiin mistäkin teemasta ja milläkin tyylillä.

Taulukko 2. Live-tviittien tyylit ja teemat ristiintaulukoituna (%)

		TYYLI								
		kantaaottavat	toteavat	kysymys	referoivat	kantaaott. ja ref.	äänestys	huumori	muut	YHTEENSÄ
T E E M A	puheenjohtaja	67,6	12,2	4,0	5,4	9,3	0,0	1,5	0,0	100,0
	keskustelun luonne	50,8	30,2	6,6	2,1	3,6	0,0	6,6	0,0	100,0
	talous	53,9	14,9	13,8	8,4	7,6	0,0	1,3	0,1	100,0
	muut	30,8	40,5	12,8	4,1	0,9	0,0	1,5	9,4	100,0
	turvallisuus ja puolustus	59,0	13,3	17,3	7,3	2,7	0,0	0,4	0,0	100,0
	työllisyys	50,9	16,2	12,6	12,1	7,9	0,0	0,2	0,0	100,0
	verot	54,4	19,8	12,8	5,2	6,1	0,0	1,7	0,0	100,0
	Twitter	18,9	68,0	8,6	1,6	0,2	0,0	2,7	0,0	100,0
	puolue	59,3	19,5	10,1	5,7	5,0	0,0	0,2	0,2	100,0
	toimittaja	73,8	13,2	2,4	1,5	7,1	0,0	2,0	0,0	100,0
	koulutus	60,4	12,4	10,7	6,5	9,8	0,0	0,0	0,3	100,0
	hallitus	62,3	17,9	15,5	1,2	3,2	0,0	0,0	0,0	100,0
	kehitysapu ja maahanmuutto	39,1	15,7	12,1	21,4	11,7	0,0	0,0	0,0	100,0
	perhepolitiikka	60,3	16,1	11,6	3,3	8,3	0,0	0,4	0,0	100,0
	yrittäminen	61,4	10,4	12,4	10,4	5,4	0,0	0,0	0,0	100,0
	tasa-arvo	58,3	34,3	7,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	velka	58,6	18,1	15,7	1,4	5,7	0,0	0,5	0,0	100,0
	uudistukset	61,6	15,1	10,3	6,5	5,9	0,0	0,5	0,0	100,0
	palkka	47,7	12,6	28,7	8,0	2,9	0,0	0,0	0,0	100,0
	sanavalinnat	39,2	35,5	5,4	5,4	10,8	0,0	3,6	0,0	100,0
	ympäristö	59,7	12,5	16,0	6,3	5,6	0,0	0,0	0,0	100,0
	ulkopolitiikka	42,9	25,0	15,7	8,6	7,9	0,0	0,0	0,0	100,0
	yhteistyö ja konsensus	42,5	13,4	16,5	19,7	7,1	0,0	0,0	0,8	100,0
	velkakello	50,0	11,1	16,7	7,1	5,6	0,0	9,5	0,0	100,0
	muut poliitti- set henkilöt	32,6	42,7	11,2	3,4	1,1	0,0	9,0	0,0	100,0
	konkretia ja keinot	66,7	10,0	18,3	0,0	1,7	0,0	3,3	0,0	100,0
	julkinen sektori	57,6	10,2	15,3	8,5	8,5	0,0	0,0	0,0	100,0
	tulevaisuus	63,4	12,2	19,5	0,0	4,9	0,0	0,0	0,0	100,0
	valtion ict-kulut	65,5	3,4	27,6	0,0	3,4	0,0	0,0	0,0	100,0
	byrokratia ja säätely	38,5	7,7	38,5	0,0	15,4	0,0	0,0	0,0	100,0

Taulukon (Taulukko 2) perusteella voidaan sanoa, että melkein kaikkien teemaluokkien kohdalla kantaa ottavia tviittejä oli eniten. Ainoita teemaluokkia, joissa tviitit eivät olleet enimmäkseen kantaa ottavia ovat luokat muut, Twitter ja muut poliittiset henkilöt. Twitter-teeman tviiteistä vain 18,9 prosenttia oli kantaa ottavia, kun taas toteavia oli reilusti yli puolet eli 68,0 prosenttia. Twitteriin liittyvien toteavien tviittien suurta määrää selittää se, että suuri osa tviiteistä käsitteli Twitter-äänestyksen etenemistä. Eniten kantaa ottavia tviittejä keräsivät toimittajiin (73,8 %) ja

puheenjohtajiin (67,6 %) liittyvät tviitit. Kaikista mieluiten siis arvioitiin vaalikeskustelussa esiintyneitä henkilöitä ja vasta sen jälkeen otettiin kantaa varsinaisiin poliittisiin teemoihin. Eniten kysymyksiä syntyi teemoista byrokratia ja sääntely (38,5 %), palkka (28,7 %) ja valtion ict-kulut (27,6 %). Suurimmista teemoista kuitenkin turvallisuus- ja puolustuspolitiikka (17,3 %) herätti eniten kysymyksiä. Runkas kysymysten määrä turvallisuus- ja puolustuspolitiikasta voi viitata siihen, että tviittaajat olivat epätietoisia tai epävarmoja puolustukseen ja turvallisuuteen liittyvistä asioista, mikä johti kysymysten esittämiseen puheenjohtajilta ja muilta tviittaajilta. Vähiten kysymyksiä heräsi sanavalintoihin (5,4 %) ja toimittajiin (2,4 %) liittyvissä tviiteissä. Eniten referoivia tviittejä löytyi teemoista kehitysapu ja maahanmuutto (21,4 %) sekä yhteistyö ja konsensus (19,7 %). Runkas referointien määrä voi viitata muun muassa siihen, että tviittaajien mielestä vaalikeskustelussa esiintyneet puheenjohtajat kommentoivat osuvasti kehitysapuun ja maahanmuuttoon sekä yhteistyöhön ja konsensukseen liittyviä asioita. Puheenjohtajaa referoivan tviitin voi tulkita olevan esimerkiksi argumentti jonkin asian puolesta ilman, että tviittaaja ottaa itse tviitissä kantaa. Referoivia tviittejä ei löytynyt lainkaan teemoista tasa-arvo, keinot ja konkretia, tulevaisuus, valtion ict-kulut ja byrokratia ja sääntely. Referoivien tviittien puuttuminen näistä luokista selittyy sillä, ettei aiheista varsinaisesti keskusteltu vaalikeskustelussa.

Referoivan ja kantaa ottavan tyylin yhdistelmiä oli eniten teemoissa kehitysapu ja maahanmuutto (11,7 %), sanavalinnat (10,8 %) ja byrokratia ja sääntely (15,4 %). Vain tasa-arvo-teeman tviittejä ei kuulunut ainuttakaan luokkaan referoivat ja kantaa ottavat. Äänestystarkoituksessa lähetetyt tviitit luokiteltiin tyyliään äänestystviiteiksi, mutta niitä ei luokiteltu teeman mukaan. Huumoriluokkaan lukeutui vain muutaman teemaluokan tviittejä. Eniten humoristisia tviittejä liittyi keskustelussa esitettyyn velkakelloon (9,5 %), muihin poliittisiin henkilöihin (9,0 %) ja keskustelun etenemiseen ja luonteeseen (6,6 %) liittyen. Muut-tyyliluokkaan liittyviä tviittejä löytyi vain muutamasta teemaluokasta ja niitä on eniten teemassa muut (9,4 %).

Kolme suurinta teemaluokkaa olivat puheenjohtajaan liittyvät tviitit, keskustelun etenemiseen ja luonteeseen liittyvät tviitit sekä talouteen liittyvät tviitit. Kolmen suosituimman puheenaiheen kohdalla eniten oli kantaa ottavia ja toiseksi eniten toteavavia tviittejä. Puheenjohtajia kuitenkin arvioitiin enemmän kuin muiden aiheiden kohdalla. Talouteen sekä keskustelun etenemiseen ja luonteeseen liittyvissä tviiteissä kolmanneksi eniten oli kysymyksiä, mutta puheenjohtajaan liittyvissä tviiteissä kolmanneksi eniten oli referoivan ja kantaa ottavan tyylin yhdistelmiä. Puheenjohtajiin liittyvien tviittien kohdalla arvioivuus siis korostuu. Keskustelun etenemiseen ja luonteeseen liittyen tyyliään sekä referoivia että kantaa ottavan ja referoivan tyylin yhdistelmiä oli vähemmän kun talouteen ja puheenjohtajaan liittyvien tviittien kohdalla. Ero selittyy sillä, ettei

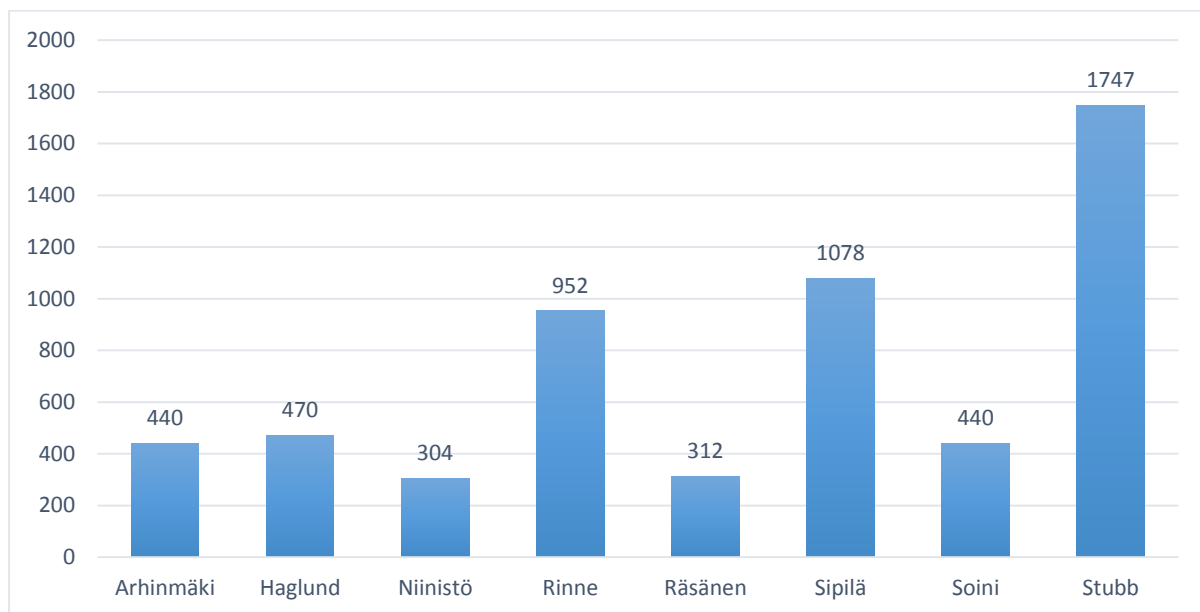
keskustelun luonnetta ja etenemistä itsessään voi referoida. Teemoista taloutta ja työllisyyttä taas referoitiin enemmän kuin muita kärkipään teemoja, mikä kertoo osittain siitä, että näistä aiheista keskusteltiin runsaasti ja pitkään. Vaalikeskustelun luonne herätti muita suurimpia teemoja enemmän humoristisia kommentteja.

6.5 Puheenjohtajista live-tviittien perusteella syntyvät vaikutelmat

Tutkielman tavoitteena oli selvittää, millaisia vaikutelmia puheenjohtajista rakentuu live-tviittien perusteella.

6.5.1 Tviittien jakautuminen puheenjohtajittain

Tviittien määrällinen jakautuminen puheenjohtajittain esitellään alla olevassa kuviossa (Kuvio 5). Puheenjohtajiin liittyvien kommenttien määriä tarkastelemalla selviää, keistä puheenjohtajista Twitterissä erityisesti keskusteltiin vaalikeskustelun aikana.



Kuvio 5. Puheenjohtajia käsittelevät live-tviitit (kpl)

Puolueiden puheenjohtajiin liittyvien tviittien määriä tarkastelemalla selviää, että ylivoimaisesti eniten tviittejä keräsi kokoomuksen Stubb. Stubb esiintyi 14,2 prosentissa aineiston kaikista tviiteistä, kun muut puheenjohtajat esiintyivät parhaimmillaankin reilusti alle kymmenessä prosentissa kaikista tviiteistä. Toiseksi nousi keskustan Sipilä ja kolmanneksi SDP:n Rinne, mutta Stubbiin verrattuna Sipilään ja Rinteeseen liittyviä tviittejä oli yli kolmasosa vähemmän. Muut puheenjohtajat keräsivät

kärkikolmikkoa selkeästi vähemmän tviittejä. RKP:n Haglund, vasemmistoliiton Arhinmäki ja perussuomalaisten Soini keräsivät kukin hieman alle 500 tviittiä. Tviitit käsittelivät harvimminkin kristillisdemokraattien Räsästä ja vihreiden Niinistöä, jotka esiintyivät kummatkin hieman yli 300 tviitissä. Määrällisen tarkastelun perustella on selvää, että puheenjohtajiin liittyvien kommenttien määrissä on suuria eroja.

6.5.2 Öykkäroiva Arhinmäki

Vasemmistoliiton puheenjohtaja Paavo Arhinmäkeen liittyviä tviittejä leimaa puheenjohtajan käytöksen ruotiminen. Tviiteissä todetaan, että Arhinmäki on kuin ”pikkupoika, joka ei kunnioita toisten puheenvuoroja” ja osa tviittaajista kaipaava televisiosta nappulaa, jolla Arhinmäen huutelun saisi hiljenemään. Tviiteissä myös sanotaan, että vaalitentissä näytetään huonoa esimerkkiä, kun ”Paavolle annetaan kiukuttelemalla puheenvuoro kun olisi pitänyt laittaa jäähylle”. Arhinmäellä todetaan olevan ”kiukuttelupäivä”. Viittaukset pikkupoikamaisuuteen jatkuvat tviiteissä, joissa Arhinmäkeä verrataan ”takapenkin rakkariin” ja ”sijaisopen painajaiseen”. Osassa tviiteistä mietitään, mistä Arhinmäen ”öykkärointi” ja vihainen vaikutelma kertoo:

#arhinmaeki on jotenkin hirveän vihainen. Onko se voiman vai voimattomuuden osoitus? #vaalit2015 (21:17:27)

Mietin, auttaako vai haittaako hikeentyminen Arhinmäkeä. Vaikuttaa siltä, että oikeasti välittää vai vaikuttaa öykkäritä? #vaalit2015 (21:18:30)

Jotakin positiivistakin Arhinmäen käytöksestä tviitataan. Erityistä suosiota saa se, kun Arhinmäki toteaa oman puheenvuoronsa aluksi, että sanoo asiansa lyhyesti, jotta Räsänen saa sanoa myös jotain. Tviiteissä todetaan, että ele osoittaa herrasmiesmäisyyttä.

Arhinmäki nähdään ehkä tahtomattaankin välillä humoristisessa valossa. Erityisesti yksi Arhinmäen vaalikeskustelussa kuultu kommentti nousee ylitse muiden:

"Herranjumala, lupasitte puheenvuoron ja sitten mennäänkin katkolle!" Kevään koomisimman keskustelun rima on hilattu korkealle. #vaalit2015 (21:17:40)

Kommentti saa paljon huomiota tviiteissä, joissa sitä puidaan humoristiseen sävyyn. Tviittaajat toteavat, että ”Arhinmäki huutaa jo Jumalaa apuun” ja ihmettelevät, miksi ateisti ”huutaa herranjumalaa”. Yksi tviittaaja on sitä mieltä, että Arhinmäellä ”meinaa kokoajan mopedi keulia”.

Arhinmäen ja kokoomuksen puheenjohtaja Alexander Stubbin välinen suhde nähdään kireänä ja tulehtuneena. Arhinmäen ja Stubbin välistä sanailua kuvataan ”nokitteluksi” ja heidän välistä kipakkaa sananvaihtoa referoidaan tviiteissä:

#Stubb: Ole ystävällinen Paavo, kerrankin kun puhun, ole hiljaa. #Arhinmäki: Kertaakaan en ole keskeyttänyt sinua. #Vaalit2015 (21:06:17)

Puheenjohtajan käytöksen arvioimisen lisäksi aihealueista esiin nousevat erityisesti Arhinmäen Nato-vastaisuus, elvyttävä talouspolitiikka ja velanotto. Tviiteissä todetaan, että Arhinmäki antoi illan parhaan puheenvuoron harmaasta taloudesta ja veronkierrosta. Toisaalta Arhinmäen elvyttävä talouspolitiikka kerää sekä kannattajia että vastustajia. Arhinmäki kommentoi keskustelussa nähtyä velkakelloa ihmettelemällä, missä on saatavakello. Tämä Arhinmäen kommentti herättää pääosin ihmetystä, ja tviittaajat kysyvät ”mikä mahtaa olla Arhinmäen saatavakello?”

Tviittien perusteella voidaan sanoa, että Arhinmäeltä löytyy omat kannattajansa, jotka pitävät Arhinmäen käytöstä dynaamisena. Suurin osa tviittaajista kuitenkin kokee, että Arhinmäki kiukuttelee ja käyttäytyy huonosti keskeytellessään muiden puheenvuoroja. Kiukuttelusta huolimatta Arhinmäen nähdään osaavan käyttäytyä myös herrasmiesmäisesti. Monet ovat Arhinmäen velanottoa vastaan, mutta jyrkät Nato-vastaiset näkemykset keräävät kehuja. Tviittien perusteella Arhinmäen spontaanit tunteenpurkaukset tuovat keskusteluun koomisuutta ja herättävät tviittaajissa hilpeyttä.

6.5.3 Kiusallisen hyvä Haglund

Tviittien perusteella Suomen ruotsalaisen kansanpuolueen puheenjohtaja Carl Haglund yllättää vaalikeskustelusta tviitaavat katselijat positiivisesti. Haglundin kuvataan olevan ”raikas tuulahdus”, joka yllättää takavasemmalta. Tviiteissä kiitellään, että Haglund osaa tiivistää sanottavansa selkeästi ja rauhallisesti. Tviittien perusteella Haglund ei sorru päälle puhumiseen, minkä vuoksi hän nousee positiivisesti esiin puheenjohtajien joukosta. Näyttää siltä, että esiintymisestään saaduilla tyyli pisteillä Haglund kerää uusia kannattajia, joiden joukossa on muitakin kuin RKP:n kannattajia:

Täytyy sanoa, että alan tykätä #Haglundista. Rakentava tyyli. #vaalit2015 (21:04:57)

Carl Haglund on tällä hetkellä Suomen vakuuttavin ja relevantein puolueen puheenjohtaja. Enkä ole edes ruotsinkielinen. #vaalit2015 (21:30:00)

Tviiteissä sanotaan, että Haglund on tentin parhaimmistoa argumentointitaitojensa ja retoristen keinojensa ansiosta. Haglundia kuvataan jopa ”kiusallisen hyväksi”. Haglundin vahvat argumentit ja terävät kommentit näkyvät siinä, että Haglundin kommentteja referoidaan tviiteissä melko paljon. Erityisesti kehitysapuun liittyvä kommentti ”solidaarisuus ei ole meille suhdanneasia” toistuu tviiteissä. Tviiteissä referoidaan myös puheenjohtaja Rinteen ”höpö höpö” -kommenttiin Haglundin antamaa vastausta ”en mä höpötä, mä kerron miten asiat on”. Vahvasti esillä on myös Haglundin itsevarmuutta huokuva kommentti ”minä toteutin puolustusvoimien uudistuksen” ja termin pakkoruotsi kääntäminen ”hyötyruotsiksi”. Haglund toteaa keskustelussa, että ”EU:lla ei ole suunnitteilla puolustusliittoa, vain koska (Jean-Claude) Juncker on sen maininnut”, johon Niinistö toteaa, että ”sä oot kyllä presidentin kanssa aika eri linjoilla”. Haglundin vastausta Niinistön kommenttiin pidetään onnistuneena:

"Eikö se ole sallittua demokratiassa?" ...olla eri mieltä presidentin kanssa. Bravo @Calle_Haglund !
#vaalit2015 (21:41:23)

Haglundiiin liittyviä suosittuja aiheita ovat sen hetkiselle puolustusministerille tyypillisesti turvallisuus- ja puolustuspolitiikka ja erityisesti Nato. Osa tviittaajista kiittelee Haglundin selkeitä kannanottoja Naton puolesta, mutta joidenkin mielestä ”Nato-kiihkoilu” on jopa turvallisuusuhka Suomelle. Pelkkää positiivista vastaanottoa ei saa myöskään Haglundin vaatetus tai hiusten muotoilu. Yksi tviittaaja epäilee, että Haglundin hiukset on vahalla muotoilun sijaan vahattu ja toinen toteaa, että uskottavuus Haglundiiin on mennyt, kun solmio ja taskuliina ovat samaa kuosia. Ulkonäköön liittyvät tviitit ovat kuitenkin humoristisia heittoja, jotka on tarkoitettu lähinnä hauskuuttamistarkoituksessa.

Haglundista rakentuu tviittien perusteella kuva puheenjohtajasta, joka argumentoi terävästi, tarkoituksenmukaisesti ja nopeasti. Haglundilla nähdään olevan auktoriteettia, johtamiskykyä ja hyvät käytöstavat. Onnistunut esiintyminen vaalikeskustelussa nostaa tviittien perusteella Haglundin arvostusta yli puoluerajojen. Haglundin otteita puolustusministerinä pidetään onnistuneina, vaikka jyrkät Nato-kannat eivät olekaan kaikkien tviittaajien mieleen.

6.5.4 Pehmeiden arvojen Niinistö

Tviittien perusteella vihreiden puheenjohtaja Ville Niinistön ”arvopuheenvuoroja” kehitysavusta, koulutuksesta ja tasa-arvosta pidetään vahvoina kautta linjan. Niinistö nähdään koulutuksen, tasa-arvon ja köyhimpien puolestapuhujana. Niinistön arvomaailma näkyy tviiteissä, joissa kerrotaan, että ”Niinistö ei halua leikata köyhimmiltä” ja että ”Niinistö haluaa tasa-arvoa perheisiin ja työelämän”. Myös ydinvoiman vastaisia tiukkoja näkemyksiä nostetaan tviiteissä esiin positiivisessa valossa. Erityisesti kehitysapua puolustavia kommentteja kehutaan:

#Niinistö sanoi hyvin! #Solidarisuus punnitaan silloin, kun on taloudellisesti tiukkaa #vaalit2015
#kehitysapu (21:13:03)

Niinistöä parjataan erityisesti linjattomuudesta äänestyksessä, jossa kysytään, ketkä haluaisivat Natoselvityksen. Niinistö ei äänestä puolesta eikä vastaan. Tviittaajat ovat sitä mieltä, että Niinistöllä on tilannetaju hukassa ja että Niinistö jatkaa vihreiden tutulla linjalla, jossa mistään ei olla mitään mieltä. Osa tviittaajista puolustaa Niinistön valintaa toteamalla, että ”Niinistö ei mennyt miinaan”, mutta muille äänestämättä jättäminen kertoo omaa tarinaansa:

Tyhjä= ”kyllä natolle, mutta en halua äänestäjien menetyksen pelossa vielä kertoa sitä”. #vaalit2015
(21:39:25)

Negatiivissävytteisiä tviittejä herättää myös se, kun Niinistö kertoo vieneensä lapset hoitoon taksilla. Taksilla liikkumista pidetään vihreiden arvojen vastaisena ja tviiteissä todetaan, että erityisesti vihreiden puheenjohtajan pitäisi tukea julkista liikennettä. Tviiteissä todetaan, että Niinistön sanat ja teot ovat ristiriidassa.

Niinistön ulkoinen olemus puhuttaa tviittaajia. Erityisen paljon huomiota herättävät Niinistön uudet silmälasit, joiden kohdalla humoristisesti mietitään, onko Niinistö ”varastanut Alatalon silmälasit”. Tviiteissä todetaan, että Niinistön pitäisi vaihtaa ”Mikko Alatalon silmälasit” toisiin, jotta hänen uskottavuutensa paranisi. Myöskään Niinistön pukeutuminen ei miellytä osaa tviittaajista, sillä Niinistö on pukeutunut pikkutakkiin ja t-paitaan. Tviiteissä sanotaan, että Niinistön ”pukeutuminen on mauton” ja että ”miehellä pitäisi olla kravatti edustustilaisuudessa”. Yksi tviittaaja toteaa, että ”vasemmistokin pukeutuu paremmin”. Osa tviittaajista puolustaa Niinistön erilaista pukeutumista toteamalla, ettei politiikasta puhuakseen tarvitse ”pukeutua ja esiintyä kuin herra”. Tviiteissä myös todetaan, että pukeutumisvalinta on taktikointia:

Ville Niinistön pukeutumisvalinta taktinen veto. Erottuu pukumiehistä, ja pyristelee irti myös omasta ministeriydestään. #vaalit2015 (20:50:32)

Tviittien perusteella Niinistön käytöstä kommentoidaan pääosin positiivisessa valossa. Hyvänä pidetään sitä, ettei Niinistö puhu toisten päälle ja että hän pitää vastaukset lyhyinä ja ytimekkäinä. Niinistöä verrataan Haglundin ja todetaan, että molemmilla on samanlainen tiivistävä ja yhteen vetävä ote, joka on ”ilo television katsojalle”.

Niinistöstä rakentuu kuva pehmeiden arvojen puolestapuhujana, jonka arvopuheenvuoroja erityisesti kaikkein köyhimpien tukemisesta, koulutuksesta ja tasa-arvosta pidetään tärkeinä. Niinistöä arvostellaan hänen epätavallisesta pukeutumisestaan ja linjattomuudesta tietyissä tärkeissä kysymyksissä. Niinistön arvellaan haluavan purkaa normeja niin tasa-arvokysymyksissä kuin pukeutumisellaankin. Niinistön rauhallinen esiintyminen ja muiden kuunteleminen rakentavat kuvaa hyväkäytöksisyydestä.

6.5.5 Kaksijakoisia tunteita herättävä Rinne

Tviittien perusteella sosiaalidemokraattien puheenjohtaja Antti Rinteen esiintyminen herättää kaksijakoisia ajatuksia. Rinteen esiintymistä kehdutaan vuolaasti, ja toisaalta sitä kohtaan esitetään myös rajua kritiikkiä. Toisten mielestä Rinne on koko keskustelun vakuuttavin puheenjohtaja ja toisten mielestä Rinteen anti on ”tyhjänpäiväistä lässytystä”. Rinteen hyvinä puolina pidetään sitä, että hän on rauhallinen, nopea ajattelija eikä hän ”jäkätä”. Rinteen kannattajien mielestä Rinteellä on suorat ja selkeät vastaukset, eikä hän sorru jaaritteluun. Rinnettä kehdutaan myös ärhäkäksi ja todetaan, että Rinne on ”prepattu hyvin keskusteluun”. Rinteen kritisoijien mielestä taas Rinne puhuu epäselvästi ja takertelee sekä puhuu liikaa muiden päälle. Rinteestä sanotaan, että hän on ”ihan kujalla” ja ”puhuu suurimman osan ajasta potaskaa”. Rinteen ”höpöhöpö”-välihuutoja pidetään ärsyttävinä, koska koetaan, että Rinne ”itse höpöttää eniten”. Rinteen kannattajat hehkuttavat Rinteen pärjäämistä ja toista sijaa puheenjohtajien Twitter-äänestyksessä.

Rinteen ja kokoomuksen Alexander Stubbin välinen suhde puhututtaa tviittaajia. Tviiteissä todetaan, että Rinne ja Stubb ”nokittelevat toisiaan, vaikka keskustelun alusta on vasta viisi minuuttia”. Tviiteissä referoidaan Rinteen Stubbille osoittamaa kommenttia:

Antti #Rinne opastaa Stubbia: "Aiemmassa työssäni totuin siihen, että se pitää, mitä on sovittu." Niin pitääkin olla! #vaalit2015 (20:19:23)

Hallituskumppaneiden kireistä väleistä myös vitsaillaan, kun todetaan, että Rinne ja Stubb istuvat vierekkäin kuin parisuhdeterapeutilla. Tunnelman jännittyneisyyteen viitataan ehdottamalla, että ”kannattaa jättää mikit päälle mainoskatkon ajaksi”.

Rinteeseen liittyvien tviittien aiheet liittyvät useimmiten vientiin ja talouteen. Rinteen vientiin liittyviä kommentteja referoidaan laajasti, mutta vientipuheeseen suhtaudutaan myös kriittisesti. Tviiteissä muistetaan Rinteen aiempi ura ammattiyhdistysliikkeessä:

Rinne on joukkoiheen panostanut vientiin jo muutaman kerran. Seisauttamalla sen kokonaan. #vaalit2015 (21:31:36)

Rinteen talousosaaminen saa kiitosta tviittaajien joukossa. Tviiteissä todetaan, että ”Rinteen puheenvuoro on jämäkin leikkausvastainen puheenvuoro”, mitä Suomessa on kuultu pitkään aikaan. Rinnettä kehuaan myös siitä, että hän on ainoa, joka ”puhuu leikkausten merkityksestä tavallisen ihmisen arkeen”. Rinteen leikkausvastaisia kommentteja myös referoidaan laajasti. Talousosaamisesta huolimatta tviiteissä kaivataan tulevaisuuteen katsovaa talouspolitiikkaa ja konkretiaa ehdotusten sijaan. Tviiteissä todetaan, että Rinne puhuu SDP:n jargonia ja ”tykittellee teesejä”. Tviittaajat myös kokevat, että Rinne katsoo menneisyyteen haikaillessaan Nokian ja paperiteollisuuden perään:

Eikö tolla Rinteellä ole mitään muuta sanottavaa taloudesta kuin itkeä Nokian perään? #Rinne #pjntti #vaalit2015 205927

Rinnettä kritisoidaan siitä, ettei hän äänestänyt puolesta eikä vastaan äänestyksessä, jossa kysyttiin, ketkä puheenjohtajista haluaisivat Nato-selvityksen. Rinteen puolustajat ovat sitä mieltä, että ”kysymys on typerä”, ja kertovat, ettei Rinne halua Nato-selvitystä, vaan ulko- ja turvallisuuspolitiikan selvityksen vaihtoehtoinen. Toiset kuitenkin ihmettelevät vastaamatta jättämistä spekuloiden, onko Rinteen vaikea ymmärtää kysymystä vai eikö hän uskalla kertoa omaa mielipidettään.

Tviittien perusteella Rinteestä rakentuu kaksijakoinen kuva. Rinteellä on paljon kannattajia, jotka kehuvat Rinteen esiintymistä, kommentteja ja poliittisia näkemyksiä. Tviiteissä näkyy toisaalta myös

vahva kritisoi puoli, jossa ei pidetä esimerkiksi Rinteen tyylistä esiintyä keskustelussa. Rinnettä kritisoidaan myös konkretian puuttumisesta ja menneeseen katsomisesta. Rinne herättää tunteita vahvasti niin puolesta kuin vastaan oli kyse sitten hänen poliittisista näkemyksistään tai puhetavastaan.

6.5.6 Konservatiivi konkari Räsänen

Kristillisdemokraattien puheenjohtaja Päivi Räsäseen liittyvissä tviiteissä korostuu tviittaajien ihmetys siitä, että Räsäsellä on ”yllättävän hyviä ajatuksia”. Monet tviittaavat, että ovat kerrankin samaa mieltä Räsäsen kanssa. Erityisesti talouteen ja valtion raha-asioihin liittyvät näkemykset saavat tukea. Tviittaajat kertovat yllättyneensä itsekkin siitä, että kehuvat Räsäsen talouteen liittyviä puheenvuoroja. Vaikka Räsäsen sanotaan osaavan asiansa ja olevan perehtynyt, tviiteissä todetaan, ettei häntä silti äänestettäisi. Räsäsen konservatiiviset arvot ajavat potentiaaliset äänestäjät pois. Eräs tviittaaja toteaa, että Räsästä on ”liian helppo vihata toisista syistä”. Räsäsen yllättävää miellyttävyyttä kommentoidaan myös vitsaillen:

Mun oli pakko siirtyä #tisuomi pariin. Alko oleen jo vähä pelottavaa ku liputin #vaalit2015 aikana Räsäsen puolueessa. #ihmismielionmystinen (21:16:54)

Esiintyjänä Räsänen nähdään kokeneena, rauhallisena ja tasaisen varmana poliitikkona. Tviiteissä todetaan, että ”esiintymisessä näkyy kokemus”. Räsästä pidetään myös hyväkäytöksisenä ja rauhallisena. Räsänen saa kiitosta siitä, ettei hän puhu muiden päälle ja että hän saa muut kuuntelemaan häntä. Toisaalta tviiteissä todetaan myös, ettei Räsänen saa puhua yhtä kauan kuin isompien puolueiden miespuheenjohtajat. Räsäsen kohdalla esiin nousee myös se, että hän on puolueiden ainoa naispuheenjohtaja:

Yksi surullinen fakta on se, että RÄSÄNEN on puoluejohtajissa ainoa NAINEN. #vaalit2015 (20:50:14)

Räsäseen liittyvissä tviiteissä suosittuja aiheita ovat kotihoidontuki, maahanmuutto ja kiellot. Koska Räsänen vastustaa kotihoidontuen jakamista molempien vanhempien kesken, tviiteissä todetaan, että Räsänen on ”konservatiivi”, joka haluaa pitää ”naiset kotona 50-luvun tyyliin”. Räsäsen vaikutelma vanhoillisuudesta korostuu myös tviiteissä, joissa puidaan tasa-arvoista avioliittolakia. Kehuja Räsänen saa haastaessaan keskustelussa Timo Soinia maahanmuuton kustannuksista. Tässä suhteessa Räsästä pidetään sopivan ärhäkkänä ja rohkeana. Räsäseen näyttää myös henkilöityvän Suomessa

vallitsevat turhat kiellot ja byrokratia. Tviiteissä pidetään ironisena sitä, että Räsänen puhuu lupabyrokratian keventämisestä ja todetaan, että ”puheet pitäisi lunastaa”. Turhat kiellot ärsyttävät tviittaajia ja Räsänen nähdään syynä sääntelyyn ja erilaisiin kieltoihin. Kieltoihin liittyvät reaktiot vaihtelevat vihamielisistä humoristisiin. Tviiteissä todetaan esimerkiksi humoristiseen sävyyn, että jos Päiville ei pian anneta puheenvuoroja, hän ”kieltää koko vaalitentin ja poistuu paikalta”. Räsänen kaikkivoipaisuuteen kieltojen laatijana viitataan myös näin:

Miksi Päivi ei yksinkertaisesti vain kiellä esim. Työttömyyttä? #vaalit2015 (21:21:49)

Räsäsestä rakentuu tviittien perusteella kuva kokeneesta ja varmasta poliitikosta, jonka onnistuu yllättämään miellyttävyydellään ja samaistuttavilla näkemyksillään esimerkiksi taloudesta. Räsäsen konservatiiviset arvot ja vanhoillinen vaikutelma nousevat kuitenkin tärkeimmiksi puheenjohtajaa arvottaviksi tekijöiksi. Tviittaajien turhautuminen erinäisiin kieltoihin ja byrokratiaan näyttää kulminoituvan Räsäseen, mistä johtuen sarkastisia, humoristisia ja vihamielisiäkin kommentteja esiintyy verrattain paljon.

6.5.7 Yllättävien letkautusten Sipilä

Suuri osa keskustan puheenjohtaja Juha Sipilään liittyvistä tviiteistä käsittelee jotakin muuta asiaa kuin Sipilän poliittisia näkemyksiä. Huomio kiinnittyy muun muassa Sipilän sanavalintoihin ja kielikuviin. Sipilän valtiovelan havainnollistaminen ”halkotalkoot”-esimerkin avulla nousee suosituksi tviittien aiheeksi. Valtiovelan maksua Sipilä havainnollistaa toteamalla, että ”edessä olisi aikamoinen homma, jos olisi halkotalkoot”. Tviittaajat ovat erimielisiä siitä, onko vertaus tarkoituksenmukainen. Osa toteaa, että Sipilä puhuu rehdisti ymmärrettävää kieltä. Toiset miettivät, mahtavatko kaupunkilaiset ymmärtää Sipilän maalle paremmin soveltuvaa puhetta. Vertauksen ymmärrettävyyttä ja tarkoituksenmukaisuutta kyseenalaistetaan. Sipilän värikkäät kielikuvat ja sanavalinnat muistuttavat tviittaajia perussuomalaisten Timo Soinin kommentteista. Tviittaajat kuvaavat letkautuksia ”soinismeiksi” ja toteavat, että Sipilä on ottanut ”Soinin aseet” käyttöön:

Halkopinoja ja "humbuugia", en kyllä äänestäisi ikinä, mutta soinimaisen viihdyttävä sutkauttelija tuo Sipilä. #vaalit2015 (21:02:52)

Tviiteissä suosituksi puheenaiheeksi nousee myös EU-vaalitentti, johon Sipilä ei päässyt aiemmin samana päivänä paikalle. Vaalikeskustelussa toimittajat yrittävät selvittää Sipilältä, miksi hän ei ollut tentissä paikalla, vaikka muiden puolueiden puheenjohtajat olivat. Sipilä kertoo, että hän oli jo ehtinyt

sopia muuta ohjelmaa samaan aikaan, eikä kaikille sopivaa ajankohtaa löytynyt. Sipilää oli tuuraamassa tentissä keskustan Olli Rehn. Sipilä kertoo vaalikeskustelussa, että EU-vaalitentin järjestäjät olivat uhkailleet hänen avustajiaan. Sipilän kommentti toistuu tviiteissä runsaasti. Osa on sitä mieltä, että uhkailuväite pitäisi selvittää perin pohjin:

Mielestäni #Sipilä:n väitse siitä että @EUKomissio olisi uhkaillut häntä/avustajia on niin vakava että se pitää selvittää. #vaalit2015 (21:29:27)

Tviiteissä myös spekuloidaan, miksi Sipilä jätti tentin väliin. Syyksi esitetään sitä, ettei Sipilä halunnut osallistua tenttiin huonon kielitaitonsa takia, sillä EU-vaalitentissä oli myös englanninkielinen osuus. Tviiteissä todetaan myös, että koko aiheen käsittely illan vaalikeskustelussa on ”turhaa hiillostusta” ja että hyvää tv-aikaa kannattaisi käyttää johonkin muuhun kuin ”Sipilän kalenterista puhumiseen”. Ihmetystä herättää myös se, että Sipilän aikataulujen puimiseen riittää aikaa, kun taas muista aiheista ei ehditä keskustella juuri lainkaan.

Myös vaalikeskustelussa nähty ”kaksintaistelu” Sipilän ja Alexander Stubbin välillä nousee tviiteissä puheenaiheeksi. Tviiteissä todetaan, että keskustelussa nähdään kaksintaistelu EU-asioista Sipilän ja Stubbin välillä. Tviittien perusteella kaksintaistelua odotetaan innolla, mutta se paljastuu pettymykseksi, kun kunnollista ”taistelua” synny. Kaksintaistelu näyttäytyy kesynä keskusteluna, jossa Stubb esittää kysymyksiä ja Sipilä vastaa niihin. Yleisesti ottaen Stubbin nähdään kuitenkin pärjänneen keskustelussa Sipilää paremmin.

Varsinaisista poliittisista aiheista esiin nousevat sekä Sipilän kotihoidontuen jakamisen vastustaminen että kommentit verotuksen ennakoitavuudesta ja kevennyksistä pienituloisille. Sipilä nousee tviiteissä esiin kotihoidontuen jakamista vanhempien kesken vastustavana ”uskonnollisena” hahmona. Tviiteissä todetaan, että Sipilä konservatiivipuolueen edustajana haluaa ”pitää naiset kotona”. Sipilän näkemys saa myös jonkin verran tukea, kun todetaan, että ”perheet osaavat itse päättää, miten vanhempainvapaa jaetaan”.

Tviittien perusteella Sipilältä kaivataan keskusteluun lisää konkretiaa. Sipilän kuvataan olevan ”tyhjä arpa”, jonka puheesta puuttuvat konkreettiset ratkaisut. Konkretian puuttumisen lisäksi Sipilän esiintymistä kommentoidaan. Eräs tviittaaja toteaa, että ”Sipilässä on karismaa kuin koneinsinöörissä”. Vaikka Sipilä saa kehuja selkokielisyydestään, esiintymisessä hänellä olisi vielä parantamisen varaa:

#Sipilä kieltämättä osaa esittää asiat selkokielellä, vaikka ei oikein tv-esiintyjäksi istukaan #vaalit2015
(21:22:42)

Tviittien perusteella Sipilästä rakentuu kuva yllättävien sanavalintojen miehenä, joka lähentelee Timo Soinia letkautuksissaan. Sipilän puhetapaa pidetään pikkukaupunkien asukkaille helposti ymmärrettävänä, mutta sen sopivuutta kaupunkilaisille epäillään. Sipilän osaamista EU-asioissa kyseenalaistetaan, samoin kuin hänen kielitaitoaansakin. Sipilä nähdään turhan linjattomana ja hänen puheeseensa kaivataan lisää konkretiaa. Esiintyjänä Sipilää pidetään selkokielisenä, mutta karismattomana.

6.5.8 Väsähtänyt Soini

Perussuomalaisten puheenjohtaja Timo Soiniin liittyvistä tviiteistä käy ilmi, että Soinin esiintymistä keskustelussa ei pidetä kovinkaan onnistuneena. Tviiteissä kuvataan, että Soini on väsähtänyt, vaisu ja luovuttaneen oloinen. Tviiteissä huomioidaan erityisesti se, että Soini ei vastaa esitettyihin kysymyksiin, vaan puhuu aiheen vierestä. Tviiteissä sanotaan, että vaikka Soini on paikka paikoin rauhallisen oloinen ja valtiomiesmäinen, hän ei puhu asiasta, vaan ”haukkuu kaikkia muita”. Tviiteissä myös todetaan, että Soini on ”yhden asian mies”, joka ”vetää sivusta ohi”, kun hänellä ei ole mitään sanottavaa. Tviittaajia näyttää ärsyttävän erityisesti Soinin valitukset siitä, että häntä keskeytellään:

Minua kyllä ottaa pannuun tuo Soinin marttyyriasienne paneelista toiseen #vaalit2015 (21:12:50)

Myös Soinin värikkäät kielikuvat ja lausahdukset saavat huutia. Osa sanoo, että Soinin pitäisi kirjoittaa uudet hokemat, sillä vanhat alkavat kulua loppuun. Paljon kuultuihin lausahduksiin kaivataan vaihtelua:

Soinin "Kyllä kansa tietää!"- huudot so last season. #Soini #vaalit2015 (20:40:55)

Tviittien mukaan maahanmuutto on aiheena ollut Soinin kantava voima. Tviiteissä todetaan, että ”Soinin maahanmuuttopopulismista alkaa maali varista” ja että hän on ”heikoilla hangilla maahanmuuttopopulisminsa kanssa”. Soinin heittoa maahanmuuton kustannuksista pidetään turhana ja epämääräisenä etenkin siksi, ettei hän pysty keskustelussa perustelemaan puheenjohtaja Räsäselle, mitä hän kustannuksilla tarkoittaa. Toisaalta Soinia myös kiitellään siitä, että hän uskaltaa puhua

maahanmuutosta avoimesti ja kriittisesti. Maahanmuuttokeskusteluun nojaten eräs tviittaaja toteaa, että ”puheenjohtajista Soini edustaa kansaa parhaiten”.

Varsinaisista poliittisista aiheista tviiteissä esiin nousevat kotihoidontuki, työllisyys, kuntien irtisanomissuoja ja ulkopoliitiikka. Tviiteissä todetaan, että Soini vastustaa kotihoidontuen jakamista vanhempien kesken, minkä takia Soinin nähdään kuuluvan puolueiden konservatiiviseen ”uskonnolliseen siipeen”. Soinin kommentit työllisyydestä ovat suosittuja. Erityisesti Soinin kommenttia ”meillä ei ole työvoimapula, vaan työnantajapula” referoidaan tviiteissä useasti. Soinin kommentit kuntien viiden vuoden irtisanomissuojan lopettamisesta keräävät kannatusta, mutta tviiteissä epäillään, ettei Suomi lähde nousuun vielä tämän ”Soinin suurimman ongelman” ratkaisemisella. Tviiteissä todetaan, että Soini on ulkopoliitikassa ”kuin kotonaan” ja huomautetaan, että pääministeri Stubbkin kehui Soinia hänen ulkopoliittisista taidoistaan:

Soini laittoi asiavaihteen päälle kun puhe kääntyi ulkopoliitiikkaan. Salkku haaveissa. #vaalit2015 (21:29:17)

Tviittien perusteella Soini nähdään taitavana ulkopoliitiikan osaajana ja miehenä, joka uskaltaa puhua maahanmuutosta avoimesti. Tviittaajat kuitenkin toivovat, että Soini uudistaisi itseään päivittämällä poliittiset kärkiaiheensa tähän päivään ja lisäämällä kommentteihinsa enemmän asiasisältöä. Myöskään Soinin väsähtänyt olemus ja ”marttyyriasenteen” omaksuminen keskustelussa eivät miellytä tviittaajia.

6.5.9 Twitter-suosikki Stubb

Kokoomuksen puheenjohtaja Alexander Stubbin esiintyminen vaalikeskustelussa saa pääosin kehuja. Stubbia kehuaan siitä, ettei hän sorru päälle puhumiseen ja että hän jaksaa rauhassa kuunnella muiden puheenvuoroja. Stubbia pidetään tviittien perusteella myös asiallisena, vakuuttavana ja johdonmukaisena, vaikka onkin hankalassa asemassa sen aikaisena pääministerinä. Tviiteissä myös sanotaan, että Stubb haastaa muita puheenjohtajia hyvin ja argumentoi kantansa selkeästi:

Pakko arvostaa, kuinka tyylikkäästi @alexstubb rullaa Sipilän tyhjät puheet kokoon. Keskustan linjattomuus näkyi kaikille. #vaalit2015 (21:01:44)

Tviittien perusteella Stubbissa toisaalta häiritsee se, että hän vaikuttaa puhuvan enemmän muiden puheenjohtajien ajatuksista kuin omistaan. Tviittaajat toivoisivat Stubbin keskittyvän tulevaan muiden virheiden osoittamisen sijaan. Syitä Stubbin ärhäkkään haastamiseen pohditaan:

Stubb asemoi kaiken haastamisen keskustan ja #sipilä kautta. Haluaa nousta vaihtoehdoksi ja pelata demarit keskustelusta ulos #vaalit2015 (20:58:51)

Tviiteissä kummeksutaan myös sitä, että Stubb syyttää muita puheenjohtajia esimerkiksi päätösten perumisesta, vaikka hän itse toteaa keskustelussa, että ”Suomi ei lähde nousuun toisia haukkumalla eikä pienellä näpertelyllä”. Tviiteissä nousee esiin negatiivisessa sävyssä myös Stubbille ominainen ”kolmen pointin” luetteleminen ja ”ylimielinen alakoulun opettajaa” muistuttava tyyli.

Tviiteissä nostetaan esiin myös Stubbin tulehtuneet välit puheenjohtaja Arhinmäkeen ja puheenjohtaja Rinteeseen. Stubbin suhdetta Arhinmäkeen ja Rinteeseen kuvataan jännittyneeksi ja kireäksi. Eräässä tviitissä todetaan keskinäisen nokittelun alkavan mennä naurettavaksi, vaikka se onkin ”loistavaa viihdettä”.

Tviittien perusteella Stubb voittaa Sipilän ylivoimaisesti heidän keskinäisessä ”kaksintaistelussaan”, jossa Stubb sai haastaa Sipilän keskustelemaan hänen kanssaan EU:sta. Stubbin ulkopoliittista tietämystä pidetään laajalti parempana kuin Sipilän, mutta kaksintaistelun haastattelunomainen tyyli ei miellytä kaikkia. Tviiteissä todetaan, että Stubb päästää Sipilän helpolla ladellessaan vain kysymyksiä. Stubbin sanotaan olevan jopa parempi haastattelija kuin vaalikeskustelun varsinaiset juontajat. Vaikka Stubb onkin tviittien perusteella kaksintaistelussa vahvempi, tviittaajat toivovat selkeämpiä näkemyseroja:

#Stubb olisi voinut tuoda oikeasti erot kokoomuksen hyväksi EU-politiikassa väittelyssä. Ei onnistunut. #vaalit2015 (21:53:09)

Stubbiin liittyvistä varsinaisista poliittisista aiheista suosituimpia ovat työ ja palkka. Stubbin kommenttia Suomen liian korkeasta palkkatasosta hämmästellään, eikä termi ”äärimaltillinen palkkaratkaisu” ole kaikkien tviittaajien mielestä kuvaava. Tviiteissä toistetaan Stubbin kommenttia siitä, että työelämään tulisi saada lisää nuoria, naisia ja työperäistä maahanmuuttoa. Myös muita Stubbin kommentteja kokoomuksen yleiseen linjaan ja kasvuun liittyen referoidaan ahkerasti:

PJ @alexstubb linjaa osuvasti Suomen kolme vaihtoehtoa. 1) Kreikan tie 2) Juustohöylä 3) Työn linja. #stubb valitsee työn. #vaalit2015 (21:21:31)

Tviittien perusteella Stubb vaikuttaa kokeneelta esiintyjältä, jonka rauhallinen ja johdonmukainen tyyli miellyttää suurinta osaa. Stubb nähdään myös argumentaatiotaitoisena ja hänen taitojaan haastaa

muita puheenjohtajia kehutaan. Negatiivisina piirteinä pidetään kolmiportaisten listojen luettelemista ja liiallista keskittymistä muiden puheenjohtajien tekemiin asioihin. Stubbin ulkopoliittista tietämystä pidetään korkeana, mutta hänen ymmärrystään työttömien ja matalapalkkaisten ihmisten elämästä kyseenalaistetaan. Tviittien perusteella ajoittain ylimielisen kuvan antava Stubb on kaikesta huolimatta, ainakin tviittimäärän perusteella, Twitter-kansan suosikki.

6.6 Vuorovaikutus live-tviiteissä

Tutkielman tavoitteena oli selvittää, mikä live-tviiteissä synnyttää vuorovaikutusta.

6.6.1 Uudelleentviittaukset

Koko aineistosta eli 12 270 tviitistä uudelleentviittauksia oli 5015 kappaletta eli 40,9 prosenttia. Syitä vuorovaikutuksen syntymiseen selvitetään tarkastelemalla uudelleentviittausten tyylejä ja teemoja. Uudelleentviittauksia keränneistä tviiteistä tyyliltään kantaa ottavia tviittejä oli puolet (50,4 %), toteavia noin neljännes (23,2 %), referoivia 7,8 prosenttia, referoivia ja kantaa ottavia 6,6 prosenttia, kysymyksiä 6,2 prosenttia, äänestystviittejä 3,3 prosenttia, huumoritviittejä 2,0 prosenttia ja muut-tviittejä 0,5 prosenttia. Vertaamalla uudelleentviittausten tyylejä aiemmin esiteltuihin kaikkien aineistossa olevien tviittien tyyleihin saadaan selville mahdolliset erot ja yhtäläisyydet kaikkien tviittien ja uudelleentviittausten välillä. Vertailun perusteella voidaan sanoa, että uudelleentviittauksissa oli enemmän referoivia (7,8 % vrt. 5,3 %), referoivia ja kantaa ottavia (6,6 % vrt. 4,9 %) ja toteavia (23,2 % vrt. 21,2 %) tviittejä. Uudelleentviittauksissa oli hieman vähemmän kantaa ottavia tviittejä (50,4 % vrt. 52,7 %) ja kysymyksiä (6,2 % vrt. 9,5 %) Muiden tyylisiä tviittejä oli lähes saman verran.

Ylivoimaisesti eniten uudelleentviittauksia keräsivät puheenjohtajiin liittyvät tviitit. Puheenjohtajia käsiteltiin 29,6 prosentissa kaikista uudelleentviittauksista. Keskustelun luonteeseen ja etenemiseen liittyviä tviittejä käsiteltiin 15,9 prosentissa kaikista uudelleentviittauksista ja tästä aiheesta uudelleentviitattiin toiseksi eniten. Kolmanneksi suosituin uudelleentviittausten aihe oli talous, jota käsiteltiin 7,9 prosentissa kaikista uudelleentviittauksista. Myös Twitteriä käsitteleviä tviittejä uudelleentviitattiin melko paljon, sillä yli viisi prosenttia uudelleentviittauksista käsitteli Twitteriä. Muihin teemoihin liittyviä tviittejä uudelleentviittauksissa oli alle viisi prosenttia. Kaikkien teemojen osuudet uudelleentviittauksista löytyvät tutkielman liitteestä (LIITE 1).

Vertaamalla uudelleentviittausten suosituimpia teemoja kaikkien tviittien suosituimpiin teemoihin selviää, olivatko samat aiheet suosittuja myös vuorovaikutusta herättäneissä tviiteissä. Teemojen määriä vertailemalla saadaan selville, että suosituimpien teemojen kolmen kärki on sama. Teemojen prosentuaalinen jakautuminen on suurimmaksi osaksi samankaltainen sekä uudelleentviittausten että kaikkien tviittien kohdalla. Tuloksia vertailemalla kuitenkin selviää, että määrällisiä eroavaisuuksia oli erityisesti aiheiden Twitter, puolue, muut, koulutus, turvallisuus- ja puolustuspolitiikka ja tasa-arvo kohdalla. Uudelleentviittauksissa oli tavallista enemmän seuraavia aiheita: Twitter (5,4 % vrt. 4,2 %), puolue (4,9 % vrt. 3,9 %), koulutus (3,7 % vrt. 2,9 %) ja tasa-arvo (3,4 % vrt. 1,8 %). Uudelleentviittauksissa oli tavallista vähemmän seuraavia aiheita: muut (4,8 % vrt. 6,2 %) ja turvallisuus- ja puolustuspolitiikka (4,7 % vrt. 6,0 %).

Alla esitellään tviittejä, joita uudelleentviitattiin eniten. Uudelleentviittausten määrät laskettiin sen mukaan, kuinka monta uudelleentviittausta ne saivat kaksituntisen vaalikeskustelun aikana. Alla oleva tviitti keräsi 48 uudelleentviittausta. Tviitti liittyy puheenjohtajiin ja puolueeseen ja on tyyliltään kantaa ottava:

Pakko arvostaa, kuinka tyylikkäästi @alexstubb rullaa Sipilän tyhjät puheet kokoon. Keskustan linjattomuus näkyi kaikille. #vaalit2015 (21:01:44)

Seuraava tviitti keräsi 37 uudelleentviittausta. Tviitti liittyy keskustelun luonteeseen ja etenemiseen ja on tyyliltään toteava:

Haluan T-paidan, jossa lukee "Saanko puhua loppuun?" #vaalit2015 (21:12:12)

Seuraavaa tviittiä uudelleentviitattiin 35 kertaa. Tviitin aihe on tasa-arvo ja se on tyyliltään toteava. Tviitti on toteava, sillä tviitissä ensisijaisesti todetaan, mitä kirjoittajan tytär on sanonut, eikä kirjoittajan oma arvio tilanteesta ole tviitissä pääroolissa:

10-vuotias tyttäreni osui ytimeen: "Liian vähän naisia keskustelussa, eivät pääse eteenpäin." #vaalit2015 #lapset (21:02:53)

Seuraava tviitti keräsi 20 uudelleentviittausta. Tviitti liittyy tasa-arvoon ja puheenjohtajaan ja on tyyliltään kantaa ottava:

Yksi surullinen fakta on se, että RÄSÄNEN on puoluejohtajissa ainoa NAINEN. #vaalit2015 (20:50:14)

Seuraava tviitti keräsi 18 uudelleentviittausta. Tviitti liittyy puolueeseen ja hallitukseen ja on tyyliltään kantaa ottava:

Ei ole totta, ettei vasemmisto ole tehnyt tällä vaalikaudella mitään hyvää. Juurihan ne lähti hallituksesta.
#Vaalit2015 (20:35:52)

Eniten uudelleentviittauksia saaneet tviitit käsittelivät useimmiten jotakin poliittista toimijaa, kuten puheenjohtajaa, puoluetta tai hallitusta. Myös tasa-arvoaiheet näyttivät kiinnostavan tviittaajien huomion, sillä niitä uudelleentviitattiin siitä huolimatta, ettei keskustelussa käsitelty kovinkaan paljon tasa-arvoaiheita. Tyyleistä kantaa ottavat ja toteavat tviitit keräsivät eniten uudelleentviittauksia. Edellä esitelty tviitit herättivät eniten vuorovaikutusta kun sitä mitataan uudelleentviittausten määrässä. Seuraavaksi tarkastellaan tviittejä, jotka synnyttivät eniten vuorovaikutusta tviittiin vastaamisen kautta.

6.6.2 Vastauksia herättäneet live-tviitit

Vuorovaikutusta tarkasteltaessa oleellista on myös selvittää, millaisia ovat vastauksia saaneet eli vuorovaikutusta herättäneet tviitit tyyleiltään ja teemoiltaan. Määrällisesti tarkasteltuna halutaan tietää, kuinka monta aineistossa olevaa tviittiä sai vastauksia, eli kuinka moni tviitti synnytti vuorovaikutusta. Keskustelun aikana lähetettyjä uniikkeja tviittejä, joihin myös vastattiin keskustelun aikana, oli yhteensä 261 kappaletta. Toisin sanoen, 12 270 tviitistä 2,1 prosenttiin vastattiin. Vastaustviittejä puolestaan löytyi koko aineistosta 569 kappaletta, eli 4,6 prosenttia. Näistä vastauksista uniikkeja tviittejä oli 415 kappaletta. Kaikkien vastaustviittien kohdetta, eli sitä tviittiä, johon vastattiin, ei pystytty selvittämään. Jos esimerkiksi alkuperäinen tviitti lähetettiin ennen vaalikeskustelun alkamista, sitä ei löydy tutkielman aineistosta, mutta vastaus kyllä löytyy, jos se lähetettiin vaalikeskustelun aikana. Samoin käy myös siinä tapauksessa, jos alkuperäisessä tviitissä ei ollut #vaalit2015-avainsanaa, mutta vastaukseen avainsana lisättiin. Muun muassa edellä mainituista syistä johtuen tutkielman aineistosta löytyy vastauksia sellaisiin tviitteihin, jotka ovat aineiston ulkopuolella. Tutkielmassa siis tarkastellaan sellaisia vastauksia herättäneitä tviittejä, jotka lähetettiin vaalikeskustelun aikana ja jotka sisälsivät #vaalit2015-avainsanan.

Vastauksia keränneistä 261 tviitistä kantaa ottavia tviittejä oli vajaa puolet (45,6 %), toteavia noin viidennes (21,5 %), kysymyksiä 13,8 prosenttia, referoivia ja kantaa ottavia 6,9 prosenttia, referoivia 5,7 prosenttia, äänestystviittejä 3,1 prosenttia, huumoriviihteä 2,7 prosenttia ja muut-tviittejä 0,8 prosenttia. Jos vastauksia saaneiden tviittien ja koko aineiston tviittien tyylejä verrataan keskenään, voidaan huomata, että vastauksia saaneet tviitit olivat tavallista useammin tyyliltään referoivia ja kantaa ottavia (6,9 % vrt. 4,9 %) ja kysymyksiä (13,8 % vrt. 9,5 %). Vaikka kantaa ottavia tviittejä

olikin eniten, niitä oli vastauksia keränneiden tviittien joukossa tavallista vähemmän (45,6 % vrt. 52,7 %). Muiden tyylyisiä tviittejä oli lähes saman verran.

Vastauksia keränneistä tviiteistä puheenjohtajia käsiteltiin yhteensä 25,7 prosentissa eli suurimmassa osassa kaikista vastauksia keränneistä tviiteistä. Keskustelun luonteeseen ja etenemiseen liittyviä tviittejä oli 21,1 prosenttia eli toiseksi eniten. Talouteen liittyviä tviittejä oli 7,7 prosenttia eli kolmanneksi eniten. Myös turvallisuus- ja puolustuspolitiikkaan liittyviä tviittejä oli lähes seitsemän prosenttia. Muita teemoja esiintyi korkeintaan viidessä prosentissa vastauksia herättäneistä tviiteistä. Kaikkien teemojen osuudet vastauksia herättäneistä tviiteistä löytyvät tutkielman liitteestä (LIITE 1).

Vertaamalla vastauksia keränneiden tviittien suosituimpia teemoja kaikkien tviittien suosituimpiin teemoihin selviää, olivatko samat teemat suosittuja myös vastauksia keräävissä tviiteissä. Teemojen määriä vertailemalla selviää, että kolme suosituinta teemaa olivat samoja. Teemojen prosentuaalinen jakautuminen oli suurimmaksi osaksi melko samankaltainen sekä vastauksia herättäneiden että kaikkien tviittien kohdalla, mutta määrällisiäkin eroavaisuuksia oli. Vastauksia keränneissä tviiteissä oli enemmän keskustelun luonteeseen ja etenemiseen (21,1 % vrt. 18,4 %) sekä valtionvelkaan (3,0 % vrt. 1,7 %) liittyviä tviittejä. Vastauksia keränneissä tviiteissä oli vähemmän seuraavia aiheita: puheenjohtaja (25,7 % vrt. 27,1 %), työllisyys (3,1 % vrt. 4,8 %), toimittaja (2,0 % vrt. 3,3 %) ja kehitysapu ja mahanmuutto (0,7 % vrt. 2,0 %).

Seuraavaksi esitellään esimerkkejä tviiteistä, jotka saivat vastauksia eniten. Vastausten määrät laskettiin sen mukaan, kuinka monta vastausta ne saivat kaksituntisen vaalikeskustelun aikana. Seuraavaa tviittiä kommentoitiin seitsemän kertaa. Tviitti liittyy keskustelun luonteeseen ja etenemiseen ja on tyyliltään kysymys:

Mitä jäi mieleen kolmannesta osiosta? Leikkauslistat kuohuttivat Maikkarin pj-tentissä. #vaalit2015 (21:17:30)

Alla olevia tviittejä kommentoitiin kuusi kertaa. Molemmat tviitit liittyvät puheenjohtajiin ja ovat tyyliltään kantaa ottavia:

Jos @juhasipila tai avustajat ovat saaneet uhkauksia, niin olisi syytä yksilöidä uhkaukset ja niiden tekijät. Todella. #vaalit2015 (21:26:16)

#vaalit2015 Stubb puhuu enemmän muiden puheenjohtajien ajatuksista kuin omistaan. Johtajuusvajeen paikkausyritys? #politiklinikka (21:02:10)

Alla olevia tviittejä kommentoitiin viisi kertaa. Molemmat tviitit liittyvät keskustelun luonteeseen ja etenemiseen ja ovat luonteeltaan kysymyksiä:

Millaisia tunteita herätti Maikkarin pj-tentin toinen jakso? Kasvava velka puhututti räväkästi.
#vaalit2015 (20:50:41)

Ahdetaankohan näihin vähän liikaa kamaa nykyisin, kun on niin kova kiireen tuntu? #vaalit2015
(20:34:40)

Alla olevia twiittejä kommentoitiin neljä kertaa. Ensimmäinen twiitti on äänestystwiitti, joten sillä ei ole teemaa. Toinen, kolmas ja neljäs twiitti liittyvät keskustelun etenemiseen ja luonteeseen. Toinen twiitti on tyyliltään kysymys, kolmas twiitti toteava ja neljäs kantaa ottava. Viides twiitti liittyy keskustelun etenemiseen ja luonteeseen sekä tasa-arvoon ja on tyyliltään kantaa ottava:

#stubb voittoon #vaalit2015 #peace (20:17:34)

Käsi ylös, kenelle tämä keskustelu antaa aidosti jotain lisäarvoa? #vaalit2015 (20:59:06)

Haluan T-paidan, jossa lukee "Saanko puhua loppuun?" #vaalit2015 (21:12:12)

Toivottavasti huomina @ylelahti ja @ESSonline vaalikeskustelu ei ole tällaista päällehuutamista kuin @Maikkari pj-paneeli. #vaalit2015 (19:12:33)

Vielä on aikaa puhua loppuun. Saisko @Maikkari vielä ne tasa-arvoasiat keskusteluun! Haluan nähdä sen äijäfightin! #vaalit2015 (21:22:14)

Edellä esitelyihin twiitteihin vastattiin yleisimmin eli ne herättivät eniten vuorovaikutusta kun sitä tarkastellaan twiittiin vastaamisen kautta. Esimerkkien perusteella voidaan sanoa, että eniten vastauksia herättivät kysymykset ja kantaa ottavat twiitit. Teemoista erityisesti keskustelun etenemiseen ja luonteeseen liittyviä twiittejä kommentoitiin. Eniten vastauksia keränneitä twiittejä ja suosituimpia uudelleentwiittauksia vertailemalla nähdään, että uudelleentwiittausten kohdalla suosituimpia teemoja olivat poliittisiin toimijoihin ja tasa-arvoon liittyvät aiheet, kun taas vastauksia keränneiden twiittien kohdalla keskustelu itsessään sai aikaan kommentointia. Sekä uudelleentwiittausten että vastauksia keränneiden twiittien kohdalla tyyliltään kantaa ottavat ja toteavat twiitit olivat suosituimpia, mutta kaikista eniten vastauksia keränneistä twiiteistä erityisesti kysymystwiitit herättivät runsaasti kommentointia.

7 POHDINTA

7.1 Tulosten tarkastelu

MTV3-kanavan 18.3.2015 lähetetyllä vaalikeskustelulla oli katsojia 580 000 kappaletta ja vaalikeskustelu oli suosituin vaaleihin liittyvä televisio-ohjelma maaliskuussa kaikki suomalaiset televisiokanavat mukaan lukien (Finnpanel 2015). Vaalikeskustelu keräsi merkittävän määrän katsojia, mikä voi johtua esimerkiksi siitä, että kyseinen keskustelu oli kevään 2015 ensimmäinen televisioitu vaalikeskustelu, jossa oli paikalla kaikki kahdeksan suurimman puolueen puheenjohtajaa. Vaalikeskustelu keräsi myös valtavan määrän live-tviittejä. Tviittejä kertyi yhteensä 12 270 kappaletta, joista uniikkeja tviittejä oli yhteensä 7255 kappaletta ja uudelleentviittauksia 5015 kappaletta. Prosentuaalisesti uniikkeja tviittejä oli koko aineistosta 59,1 prosenttia ja uudelleentviittauksia 40,9 prosenttia. Lindholm (2015) analysoi eduskuntavaaleja edeltävän kolmen kuukauden ajanjaksolta #vaalit2015-avainsanan sisältäviä tviittejä. Lindholmin (2015) analysoimasta aineistosta uudelleentviittauksia oli 44,7 prosenttia. Tämän tutkielman aineistosta uudelleentviittauksia oli siis noin neljä prosenttia vähemmän. Uudelleentviittausten määrät ovat kuitenkin melko lähellä toisiaan ja niiden voi nähdä heijastelevan uudelleentviittaamisen suosiota. Uudelleentviittaaminen on melkein yhtä yleistä kuin uniikin tviitin kirjoittaminen. Syitä suosiolle voi olla esimerkiksi uudelleentviittaamisen nopeus ja vaivattomuus.

Suuresta katsojien ja tviittien määrästä huolimatta yksittäisiä tviittajia keskustelulla oli 3 212 kappaletta, mikä on verrattain vähän. Jos ottaa huomioon, että vuonna 2015 suomalaisia äänioikeutettuja on 4 463 333 kappaletta (Oikeusministeriön tulospalvelu 2015), vain 0,07 % kaikista suomalaisista äänioikeutetuista tviittasi. Vaalikeskustelun 580 000 katsojasta puolestaan tviittasi 0,55 %. Luvut tukevat Larssonin ja Moen (2012, 742) toteamusta siitä, että Twitter on edelleen marginaalisessa asemassa. Twitter on esimerkiksi Facebookiin verrattuna marginaalisessa asemassa suomalaisten keskuudessa. Lisäksi harvat Twitterin käyttäjät näyttävät käyttävän sitä live-tviittaamiseen. Voidaan puhua ”Twitter-kuplasta”, jossa loppujen lopuksi vain pieni ryhmä keskustelee keskenään. Voidaan toisaalta pohtia, mikä muu keskusteluareena mahdollistaisi yhtä vaivattomasti yli 3000 ihmisen samanaikaisen keskustelun ja ajatusten vaihtamisen samalla, kun he katselevat televisiota. Tällaista tuhansia kansalaisia samanaikaisesti aktivoivaa keskustelua ja sosiaalista katsomista ei kannata aliarvioida. Live-tviittaamiseen olennaisesti liittyvä suora vuorovaikutus mahdollistaa parhaimmillaan tuhansien tviittajien välisen kansalaiskeskustelun.

Tviittausinnokkuudessa oli selviä eroja, sillä yksi tviittaaja tviittasi keskimäärin 3,8 kertaa, mutta suurin osa keskustelijoista lähetti yhden tviitin koko keskustelun aikana. Suurin osa koki, että yhdellä viestillä keskusteluun osallistuminen riitti, kun taas innokkain tviittaaja lähetti lähes kaksi tviittiä minuutissa. Innokkaimman tviittaajan tviittejä tutkimalla voitaisiin selvittää uudelleentviittausten ja uniikkien tviittien suhde. Ahkeralla uudelleentviittaamisella lähes kahden tviitin minuuttitahti vaikuttaa todennäköisemmältä kuin pelkkien uniikkien tviittien kirjoittamisella. On olennaista huomata, että tiettyjen ahkerien tviittaajien tviitit toistuvat aineistossa tavallista useammin ja siten yhdenkin henkilön mielipiteet voivat vaikuttaa aineiston yleisilmeeseen. Kyse voi olla tahattomasta tai tarkoituksellisesta keskustelun aiheisiin ja ilmapiiriin vaikuttamisesta. Esimerkiksi Yhdysvalloissa presidenttiehdokkaiden kampanjatiimit ovat pyrkineet vaikuttamaan Twitter-keskusteluun, jotta Twitter-ilmapiiri olisi oman ehdokkaan kannalta suosiollinen (Kreiss 2014). Tässä tutkielmassa ei selvitetty tviittaajien taustoja tai poliittisia kytköksiä, joten ahkerien tviittaajien motiiveja voidaan vain spekuloida.

Tviittien esiintymistiheyttä tarkastelemalla voidaan todeta, että tiheintä tviittausaktiivisuus oli silloin, kun keskustelussa käsiteltiin talouteen ja työllisyyteen liittyviä aiheita. Tviittejä lähetettiin parhaimmillaan yli 160 tviittiä minuutissa. Tviittausaktiivisuus voi olla suoraan yhteydessä tviittaajien mielestä mielenkiintoisiin puheenaiheisiin tai toisaalta puheenjohtajien väliseen kärkeäseän sananvaihtoon. Tviittien määrät kasvoivat tasaisesti keskustelun alkamisesta noin kymmenen minuutin ajan, kunnes tviittausaktiivisuus nousi yli 120 tviittiin minuuttia kohden. Tviittausmäärän nousu kertoo siitä, että tviittaajat tulivat pienellä viiveellä Twitteriin ja televisioruutujen ääreen. Keskusteluaktiivisuus hiipui ohjelman loppua kohden, mikä voi johtua esimerkiksi siitä, että tviittaajat eivät olleet kiinnostuneita keskustelun loppupuolella käsitellyistä ulko- ja turvallisuuspolitiikkaan liittyvistä aiheista. Myös puolueiden puheenjohtajat rauhoittuivat keskustelun loppupuolella, mikä huomattiin myös tviiteissä. Päälle puhuminen väheni ja puheenjohtajat alkoivat löytää ulkopoliitikasta yhteisen sävelen. Voi olla niinkin, että katsojien tviittausaktiivisuus hiipui, koska he eivät kokeneet rauhoittunutta keskustelua enää yhtä viihdyttäväksi.

Tviittien esiintymistiheys laski äkisti vähän ennen keskustelun puoliväliä kun keskustelu katkesi ja siirtyi mainostauolle. Mainostauon jälkeen tviittejä lähetettiin kuitenkin jälleen yhtä paljon kuin ennen mainostaukoa. Samanlaisen huomion tekivät myös Elo ja Hatakka (2015), jotka analysoivat eduskuntavaalien tulostilan televisiolähetysten aikaisia tviittejä. Suomalaisista vaali ohjelmista tehty havainnot eivät tue Whonin ja Nan (2011) Yhdysvalloissa tehtyä tutkimusta, jossa huomattiin, että television katsojat live-tviittasivat enemmän mainostaukojen aikana. Wohn ja Na (2011) perustelevat

havaintoaan sillä, että ohjelman kerronta muuttuu dramaattisemmaksi juuri ennen mainostaukoa, mikä saa ihmiset keskustelemaan ohjelmasta entistä innokkaammin. Mainostauon aikaista tviittaamista selitettiin myös sillä, että katsojat tylsistyivät ja alkoivat kuluttaa aikaansa tviittaamalla. Wohn ja Na (2011) eivät tutkineet vaalikeskustelun aikaista tviittaamista, vaan viihteellisempiä ohjelmasisältöjä. Toisin kuin viihteellisemmissä ohjelmissa, vaalikeskustelussa ohjelman kerronnan ei voi sanoa muuttuvan dramaattisemmaksi ennen mainostaukoa. Tviittaajat siis eivät ehkä koe samalla tavalla tarvetta tviitata mainostauon aikana jännittävistä juonenkäänteistä.

Yli puoli miljoonaa television katsojaa ja reilusti yli kymmenen tuhatta live-tviittiä viittaavat siihen, että televisioitunut vaalikeskustelu ja poliittinen keskustelu kiinnostavat suomalaisia. Yli 10 000 tviittiä kahden tunnin aikana puoltaa oletusta, että live-tviittaaminen on kansalaiskeskustelua, jossa tviittaajat saavat äänensä kuuluviin fyysisestä sijainnistaan tai sosioekonomisesta taustastaan huolimatta. Sosiaalisesta mediasta on todella tullut merkittävä poliittisen viestinnän kanava (ks. Stieglitz & Dang-Xuan 2013, 1289). Tutkielma puoltaa Larssonin ja Moen (2012, 741) kommenttia, että Twitter laajentaa kansalaiskeskustelun raameja luomalla uuden areenan kansalaisten väliselle viestinnälle.

Kaikki tyyli luokat keräsivät tviittejä, mutta luokkien välillä on kokoeroja. Tyyli tään suosituimpia tviittejä olivat kantaa ottavat tviitit, mutta myös toteavat tviitit olivat melko suosittuja. Tyyli tään kysymyksiä, referoivia sekä referoivia ja kantaaottavia esiintyi aineistossa tasaisesti. Vähiten oli äänestystviittejä, huumorivii ttejä ja muut-luokan tviittejä. Tviittien tyylien jakautuminen edellä mainitun kaltaisesti ei ole muutoin yllättävää, mutta kysymystviittien nousu kolmanneksi suosituimmaksi tyyli luokaksi on mielenkiintoinen tulos. Kansalaiset näyttävät käyttävän Twitteriä mielipiteidensä ilmaisun lisäksi myös esittääkseen kysymyksiä. Kysymyksillä toivotaan vastauksia muilta tviittaajilta tai niiden toivotaan pääsevän osaksi vaalikeskustelua, jolloin puheenjohtajat vastaisivat tviittaajien kysymyksiin. Kysymyksillä kuitenkin pyritään selvästi vuorovaikutukseen, sillä niihin toivotaan vastauksia. Huumorivii ttien melko pieni määrä oli odotettavissa, eikä luokan oletettukaan kasvavan isoksi. Huumoriluokan tarkoitus olikin selvittää, pyritäänkö tviiteillä ylipäänsä hauskuuttamaan.

Kantaa ottavien tviittien suuri määrä kertoo siitä, että live-tviittaajat haluavat ensi sijaisesta saada äänensä kuuluviin arvioimalla puolueiden puheenjohtajia, toimittajia ja hallitusta sekä ottamalla kantaa poliittisiin asioihin, kuten yrittämiseen ja uudistuksiin. Kantaa otettiin myös valtion ict-kuluihin sekä siihen, etteivät puheenjohtajat puhu tarpeeksi konkreettisesti eivätkä he katso tulevaisuuteen. Pienimmät teemaluokat, kuten tässä tapauksessa valtion ict-kulut, keinot ja konkretia

sekä tulevaisuus ovat kuitenkin sen verran pieniä luokkia, että vain muutaman tviitin kantaa ottavuus näistä aiheista vääristää prosenttilukuja. Tästä syystä pienimpien teemaluokkien prosentuaaliset määrät eivät ole aivan yhtä luotettavia kuin suurempien luokkien vastaavat prosenttiluvut. Yleisimpinä kantaa ottavien tviittien aiheina voidaan siis pitää puheenjohtajia, toimittajia, hallitusta, yrittämistä ja uudistuksia. Tulokset eivät tue Fuchsin (2014, 199) tutkimustuloksia siitä, että poliittiset tviitit olisivat yleisimmin tiedonjakamistarkoituksessa lähetettyjä tviittejä. Se, että yli puolet aineistosta on kantaa ottavia tviittejä, viittaa siihen, että live-tviittaaminen vaalikeskustelun aikana kannustaa omien näkemysten julkittuomiseen. Tulos puoltaa näkemystä siitä, että live-tviittaaminen on kansalaisten näkemysten välistä keskustelua. Toteavia tviittejä oli aineistossa toiseksi eniten, mikä kertoo siitä, että vaalikeskustelun aikana Twitteriä käytetään omien mielipiteiden esittämisen lisäksi myös keskustelun ulkopuolisen tiedon levittämiseen ja havaintojen tekemiseen.

Kysymyksiä esiintyi kolmanneksi eniten. Suurimmista aihealueista turvallisuus- ja puolustuspolitiikkaan liittyvät tviitit herättivät muita aiheita enemmän kysymyksiä. Verrattain suuri kysymysten määrä turvallisuus- ja puolustusasioissa voi viitata aiheen mielenkiintoisuuteen, mutta myös siihen, että puolustuspoliittiset aiheet herättävät suomalaisissa epätietoisuutta. Jos puolustus- ja turvallisuusasiat herättävät kansalaisten keskuudessa paljon epätietoisuutta, voidaan pohtia, puhutaanko Suomessa tarpeeksi ja riittävän suoraan puolustukseen liittyvistä asioista. Kun puolueiden välillä on lisäksi Natoon liittyviä näkemyseroja ja Nato-keskustelu on ollut jokseenkin pintapuolista, ei ole yllättävää, että yleinen epävarmuus heijastuu kansalaisten kommenteissa.

Puheenjohtajien kommenttien referoinnit kertovat todennäköisesti siitä, että kommentteja pidettiin onnistuneina, sillä niitä haluttiin jakaa omille verkostoille. Tviittaaaja saattoi referoida tietyn puheenjohtajan kommenttia käyttääkseen sitä argumenttinaan keskustelussa. Humoristisia tviittejä herättivät esimerkiksi tietyt keskustelun ulkopuoliset poliittiset henkilöt. Eduskuntavaaliehdokas Jari Porttilaan liittyneet tviitit olivat pääosin huumoritviittejä, mikä selittyy sillä, että tviitit lähetettiin Porttilan nimeä kantavan parodiatilin välityksellä. Muut-tyyliluokkaan liittyviä tviittejä löytyi vain harvasta teemaluokasta ja niitä oli eniten teemassa muut. Yhteys johtuu siitä, että tyyliltään muut-luokkaan luokiteltiin tviitit, joissa oli pelkästään avainsanoja tai linkkejä muihin sisältöihin. Tällaisten tviittien teemat kuuluivat myös useimmiten muut-luokkaan.

Live-tviittien teemojen tasolla puheenjohtajat herättivät selkeästi eniten keskustelua. Toiseksi eniten puhuttiin keskustelun etenemisestä ja luonteesta. Kolmanneksi eniten oli talouteen liittyviä tviittejä, joita oli yli kolme kertaa vähemmän kuin puheenjohtajiin liittyviä tviittejä. Puheenjohtajien nousu suosituimmaksi puheenaiheeksi voi kertoa politiikan henkilöitymisestä. Voidaan miettiä, vahvistaako

live-tviittaaminen henkilöitymisen kehitystä entisestään. Tviiteissä esimerkiksi ruodittiin puheenjohtajien henkilökohtaisia ominaisuuksia, kuten ulkonäköä sekä vaalikeskustelussa onnistumista ja esiintymistä. Poliitiikan henkilöitymisessä olennaista onkin se, että poliitikkojen henkilökohtaisten ominaisuuksien arvioinnista on tullut keskeinen osa politiikan analyysia (Pitkänen 2006, 204). Myös iltapäivälehdet ovat keskittyneet arvioimaan ehdokkaiden esiintymistä asiakysymysten käsittelyn sijaan (Anttila 2006, 181). Tviittaajat näyttävät harjoittavan iltapäivälehdistä tuttua ehdokkaiden esiintymisen arviointia. Puheenjohtajan esiintymistaitoja pidetään hyvin tärkeinä, eikä epäonnistunutta esiintymistä katsota läpi sormien. Vaaliohjelmat antavat tviittaajille mahdollisuuden arvioida poliitikkojen piirteitä ja tviiteissäkin korostuu se, että joskus poliitikon luonnetta pidetään tärkeämpänä kuin hänen poliittisia näkemyksiään (ks. Isotalus & Almonkari 2014, 300). Tviiteissä myös korostuu se, että puheenjohtajaan henkilöityvät myös puolueen ongelmat. Puheenjohtajan henkilökohtaseksi syyksi tai taakaksi lasketaan jopa vuosien takaiset puolueen yhteiset linjaukset ja päätökset, vaikka puheenjohtaja ei olisi silloin ollut puolueensa johdossa.

Toiseksi suosituin aihe liittyi keskustelun etenemiseen ja luonteeseen. Tviiteissä käsiteltiin erityisesti sitä, että keskustelu vaikutti kiireiseltä, kaikki puhuivat toistensa päälle ja ettei kukaan saanut puhua loppuun. Se, että keskustelun etenemiseen ja luonteeseen liittyviä kritisoivia tviittejä oli paljon, kertoo siitä, että keskustelun toteutuksessa oli katsojien mielestä ongelmia. Keskustelun luonnetta kommentoitiin paljon enemmän kuin seuraavaksi suosituinta puheenaihetta, taloutta. Tämä kertoo siitä, että katsojat keskittyivät puheenjohtajien arvioimisen lisäksi kritisoimaan keskustelun luonnetta. Kun huomio keskittyy suurimmaksi osaksi muuhun kuin poliittiseen asiasisältöön, ei voida sanoa, että vaalikeskustelun tavoite kansalaisia sivistävänä poliittisena ohjelmana olisi täyttynyt. Toisaalta keskustelun tavoite täyttyi siinä mielessä, että se herätti selvästi mielenkiintoa ja keskustelua.

Samassa yhteydessä on hyvä muistaa, että toimittajiin liittyviä tviittejä oli aineistossa melko paljon. Toimittajiin liittyvät tviitit olivat kymmenenneksi yleisimpiä. Toimittajien toimintaa napakoina keskustelun vetäjinä keuhuttiin, mutta heitä toisaalta myös kritisoitiin siitä, etteivät he antaneet puheenjohtajien puhua loppuun. Toimittajien kiireellistä siirtymistä aiheesta toiseen kritisoitiin myös. Katsojat kokivat, että puheenjohtajien argumentoinnille ja perusteluille ei jäänyt sijaa, kun keskustelussa oli jatkuva kiire edetä joko seuraavaan puhujaan, osioon tai mainostauolle. Katsojat kokivat, että toimittajat puuttuivat puheenjohtajien puheenvuoroihin liian nopeasti. Ruonala (1998, 38) onkin sanonut, että suomalaisissa vaalikeskusteluissa toimittajan ja ehdokkaan välinen suhde korostuu. Toimittajan roolin korostumisesta kertovat sadat tviitit, jotka käsittelevät toimittajien

toimintaa. Salgado (2012, 280) on todennut, että poliitikon kontrolli omaan viestiinsä ei ole vaalikeskustelussakaan täydellinen, sillä usein toimittajat päättävät puheenaiheet ja sen, mitä poliitikoilta kysyvät. Suomessa toimittajan rooli vaalikeskustelussa on vielä tavallista isompi, joten toimittajilla on todellinen mahdollisuus vaikuttaa keskustelun etenemiseen ja siitä välittyvään vaikutelmaan.

Koska keskustelun toteutusta ja sen luonnetta kritisoitiin sekä toimittajien roolia kyseenalaistettiin, herää kysymys, pitäisikö suomalaisen vaalikeskustelun ohjelmatyyppiä muuttaa. Yleisesti ottaen vaalikeskustelu kiinnosti ihmisiä, mutta tentin luonne lyhyine puheenvuoroineen ja kiireellisine siirtymineen sai aikaan laajaa kritiikkiä. Katsoja ei saa keskustelusta apuvälinettä sopivan puolueen tai ehdokkaan löytämiseen, jos keskustelusta jää päällimmäisenä sekava vaikutelma. Katsojat toivoivat, että puheenjohtajat saisivat keskustella yhdestä asiasta pidemmän aikaa ja etteivät toimittajat puuttuisi keskusteluun. On tutkittu, että nuoret ovat kiinnostuneita ehdokkaiden välisestä vuorovaikutuksesta, jossa ehdokkaat puhuvat toisilleen ja kommentoivat toisiaan samalla, kun keskustelun vetäjän rooli on vähäinen (Isotalus & Pörhölä, 1998). On siis aiheellista miettiä, pitäisikö vaalikeskustelujen luonnetta muuttaa keskustelevampaan suuntaan, jolloin puheenjohtajat saisivat käydä keskenään vapaampaa keskustelua ilman toimittajien väliintuloa. Suomalaisia vaalikeskusteluja onkin kritisoitu siitä, ettei niissä synny aitoa keskustelua ehdokkaiden välillä (Isotalus 2009). Toimittajien roolin heikentäminen voisi synnyttää puheenjohtajien välille vahvempaa keskinäistä vuorovaikutusta, jolloin puheenjohtajien väliset mielipide-erot näyttäytyisivät entistä paremmin katsojille. Ohjelmatyyppiä voitaisiin muuttaa myös niin, että keskusteluissa käsiteltäisiin harvempia aiheita kerralla, jolloin yhteen aiheeseen päästäisiin pureutumaan kunnolla. Tällä tavoin puheenjohtajat pystyisivät perustelemaan näkemyksiään ilman kiirettä, jolloin myös kansalaiset hyötyisivät keskusteluista nykyistä enemmän.

Muista keskustelunaiheista tviiteissä esiin nousivat talous, työllisyys ja turvallisuus- ja puolustuspolitiikka, joita käsiteltiin myös varsinaisessa vaalikeskustelussa laajasti. Näihin aiheisiin liittyvien tviittien korkea määrä on siis yhteydessä siihen, mitä aiheita keskustelussa käsiteltiin. Tulokset tukevat Wohnin ja Nan (2011) tutkimusta, jossa todettiin, että tviittien sisällöt mukailevat ohjelman sisältöä, eli ihmiset tviittaavat reaktiona siihen, mitä he näkevät. Buschow ym. (2014, 144–145) ovat myös todenneet, että poliittisista aiheista tviittaavat henkilöt yleistävät keskustelussa käsiteltäviä aiheita yleiseen elämään eli heijastelevat niitä yhteiskunnan tasolla. Näin tapahtui myös tämän tutkielman tviiteissä. Huomattavaa on myös se, että keskustelussa esiin nousseista sananvalinnoista puhuttiin enemmän kuin ympäristöstä ja energiasta tai ulkopoliitikasta. Tviittien jakautuminen näin kertoo siitä, että katsojilla on tapana kiinnittää huomiota poliittisten sisältöjen

ulkopuolisiin seikkoihin. Tämän huomion puolesta puhuu myös se, että keskustelussa esillä ollutta velkakelloa käsiteltiin suhteellisen monessa tviitissä. Tviittien määrällinen jakautuminen aihepiireihin riippuu tietysti myös keskustelun aiheista. Vaalikeskustelu ei varsinaisesti profiloitunut ulkopoliittikkaan tai ympäristöaiheisiin, vaan keskustelussa käsiteltiin enemmän kotimaan taloutta ja turvallisuusasioita.

Tasa-arvoon liittyviä tviittejä oli verrattain paljon, kun ottaa huomioon, ettei keskustelussa varsinaisesti puhuttu tasa-arvoaiheista. Tviiteissä toivottiinkin tasa-arvoaiheita keskusteluihin ja enemmän naisia päättäjien paikoille. Tasa-arvoaihetta myös sivuttiin kotihoidontukea käsitelleissä tviiteissä. Kotihoidontukea toivottiin lähinnä muutettavan tasa-arvoisemmaksi, mikä voi viitata siihen, että tviittaajat ovat arvoiltaan liberaaleja. Yllättävää aineiston perusteella on vielä se, että aineistossa on vain vähän sääntöihin ja byrokratiaan liittyviä tviittejä, vaikka usein julkisessa keskustelussa näistä aiheista kuullaankin puhuttavan. Toisaalta, valtion ict-kulujen nousemista puheenaiheeksi voidaan myös pitää yllättävänä, sillä aihe on hyvin tiukasti rajattu.

Buschow ym. (2014, 144–145) ovat sanoneet, että poliittisiin keskusteluohjelmiin liittyvät tviitit sisältävät vähemmän arviointia keskustelusta ja sen osallistujista verrattuna tosi-tv-ohjelmiin. Tutkijoiden mukaan suorana lähetetyt tapahtumat herättävät kriittistä väittelyä ohjelmasta itsessään ja siitä, mitä ohjelmassa tapahtuu. Buschow ym (2014) tutkimuksessa saksalaiset poliittiset keskusteluohjelmat eivät ilmeisesti olleet suoria lähetyksiä. Suomalaiset vaalikeskustelut ovat ehkä tyyliltään jotakin poliittisten keskusteluohjelmien ja suorana lähetettävien tosi-tv-ohjelmien väliltä, sillä poliittisesta sisällöstään huolimatta tämän tutkielman vaalikeskustelun aikaisissa tviiteissä korostuu suorana lähetettävälle ohjelmille tyypillisesti keskustelijoiden ja ohjelman arviointi.

Puolueiden puheenjohtajiin liittyvien tviittien määriä tarkastelemalla selvisi, että ylivoimaisesti eniten vaalikeskustelun aikana keskustelua herätti kokoomuksen Stubb. Toiseksi eniten tviiteissä esiintyi keskustan Sipilä ja kolmanneksi SDP:n Rinne, mutta Stubbiin verrattuna Sipilään ja Rinteeseen liittyviä tviittejä oli reilusti vähemmän. Muut puheenjohtajat keräsivät kärkeä kolmikkoon selkeästi vähemmän tviittejä. Äänestystviittejä ei laskettu mukaan, vaan määrät perustuvat siihen, kuinka moni tviitti liittyi jollakin tavalla puolueen puheenjohtajaan. Puheenjohtajista syntyviä vaikutelmia analysoitiin tviittien sisältöjä tarkastelemalla, eikä yksittäisistä lukumääristä kannata tehdä suuria johtopäätöksiä. Puheenjohtajan nimi kirjattiin ylös, jos tviitti olennaisesti liittyi puheenjohtajaan ja jos tviitti antoi jotain lisäarvoa analyysin kannalta. Määrät antavat kuitenkin näkökulmaa siihen, keistä puheenjohtajista Twitterissä keskustellaan. Voidaan miettiä, ovatko mainintojen määrät yhteydessä puheenjohtajista syntyviin vaikutelmiin.

McKinney ym. (2014, 559) ovat sanoneet, että vaalikeskustelun aikainen Twitter-näkyvyys vaikuttaisi olevan yhteydessä siihen, miten ehdokas arvioidaan väittelyn jälkeen. Toisin sanoen, mitä enemmän ehdokas saa Twitter-mainintoja, sitä myönteisemmin hänet arvioidaan väittelyn jälkeen. Tässä tutkielmassa ei analysoida puheenjohtajista syntyviä arvioita keskustelun jälkeen, vaan niitä vaikutelmia, joita keskustelun aikaiset tviitit synnyttävät. Tulokset eivät kuitenkaan tue McKinneyn ym. (2014) toteamusta, sillä vaikka määrällisesti Stubb esiintyi tviiteissä eniten, hänestä tehdyt arviot eivät olleet välttämättä kaikista myönteisimpiä. Stubb esiintyi tviiteissä sekä positiivisessa että negatiivisessa valossa, vaikka tviittausten määrien perusteella hän olikin Twitter-suosikki. Myöskään toiseksi ja kolmanneksi eniten esiintyneitä Sipilää ja Rinnettä ei nähty myönteisemmässä valossa kuin vähemmän tviittauksia keränneitä puheenjohtajia. Twitter-mainintojen määrällä ei siis näyttäisi olevan yhteyttä puheenjohtajista tehtäviin arvioihin. Mainintojen määrät voivat kuitenkin heijastella sitä, ketkä ehdokkaat olivat keskustelussa eniten äänessä tai keitä ehdokkaita tviittaaajat pitivät keskustelussa keskeisimpinä hahmoina.

Puolueiden puheenjohtajista rakentuu tviittien perusteella hyvin erilaisia vaikutelmia. Kun puheenjohtajista syntyviä vaikutelmia verrataan toisiinsa, voidaan tarkastella keskustelun onnistujia ja epäonnistujia. Tviittien perusteella onnistujiksi nousevat Haglund, Niinistö ja Räsänen. Haglund ja Räsänen onnistuivat tviittien perusteella yllättämään katsojat positiivisesti halki puoluerajojen. Isotalus (1996) onkin todennut, että vaalikeskustelussa odotusten ylittäminen ja odotettua parempi esiintyminen ovat positiivisesti yhteydessä myönteisten vaikutelmien syntymiseen. Haglundin vahva esiintyminen, napakat puheenvuorot ja hyvät perustelut herättivät paljon myönteisiä kommentteja. Räsänen oli todennäköisesti keskustelun yllättäjä, sillä monet tviittaaajat ihmettelivät, miksi Räsänen vaikutti tavanomaista miellyttävämmältä. Myös Räsäsen talouspolitiikkaan samaistuttiin. Räsäsen on profiloitunut arvokonservatiiviksi ja yleensä Räsästä koskeva keskustelu liittyykin hänen käsityksiinsä esimerkiksi tasa-arvosta. Voidaan nähdä, että koska tasa-arvoasiat eivät nousseet vaalikeskustelussa esiin kovinkaan paljon, tviittaaajat keskittyivät Räsäsen muihin ominaisuuksiin, jolloin palaute oli tavallista myönteisempää. Niinistön rauhallista esiintymistä kehuttiin ja hänen arvopuheenvuorojaan pidettiin hyvin onnistuneina. Myös Rinnettä ja Stubbia voidaan jossain määrin pitää onnistujina, mutta heidän kohdallaan tviitit olivat selkeästi vaihtelevampia, ja puheenjohtajia arvioitiin sekä myönteisessä että kielteisessä valossa. Sipilän esiintyminen oli tviittien perusteella melko mitäänsanomatonta, eikä hän noussut esiin onnistujana, mutta ei erityisen epäonnistuneenakaan. Keskustelun epäonnistujina voidaan pitää Soinia ja Arhinmäkeä. Soinin väsynyt olemus, sisällöttömät puheenvuorot ja vanhentuneet letkautukset eivät nostaneet häntä

onnistujien joukkoon. Ajoittaisista valonpilkahduksista huolimatta Arhinmäki puolestaan herätti huomiota huonolla käytöksellään ja kiukuttelullaan.

Tietynlaisten vaikutelmien syntymiseen vaikuttaa epäilemättä se, ketkä Twitteriä käyttävät. STT:n (2015) selvityksen mukaan vihreät ovat ahkerimpia sosiaalisen median käyttäjiä, kun taas perussuomalaiset käyttävät sosiaalista mediaa vähiten. Vuonna 2015 vihreiden 15 kansanedustajasta kaikki ovat Twitterissä, mutta perussuomalaisten 38 kansanedustajasta kymmenen ei käytä mitään sosiaalisen median kanavaa. Vasemmistoliiton, kristillisdemokraattien ja RKP:n kansanedustajat ovat myös ahkeria sosiaalisen median käyttäjiä, sillä suurimmalla osalla heistä on Twitter-tili. Voidaan olettaa, että Twitterissä aktiivisten puolueiden eli vihreiden, vasemmistoliiton, kristillisdemokraattien ja RKP:n puheenjohtajia arvioidaan muita myönteisemmin. Tässä tutkielmassa vihreiden Niinistö, kristillisdemokraattien Räsänen ja RKP:n Haglund nousivat esiin pääosin myönteisessä valossa. Erityisesti Räsänen ja Haglund näyttäytyivät onnistujina ja yllättäjinäkin. Vihreiden hallitseva asema Twitterissä ei kuitenkaan aivan heijastu Niinistöstä tehtyihin arvioihin tai Niinistöön liittyvien tviittien määrään. Vaikka Niinistöä arvioitiin myönteisesti, häntä ei pidetty selkeänä suosikkina. Niinistöön liittyviä tviittejä myös esiintyi puheenjohtajista kaikista vähiten. Lisäksi vaikka vasemmistoliitto on aktiivinen Twitter-puolue, Arhinmäen nähtiin epäonnistuvan keskustelussa. Ei siis voida täysin sanoa, että puolueiden Twitter-aktiivisuus olisi yhteydessä puheenjohtajista syntyviin vaikutelmiin. Voidaan kuitenkin sanoa, että kun tyypillinen Twitterin käyttäjä on nuori korkeasti koulutettu kaupunkilainen (Fuchs 2014, 190), tällaiseen yleisöön vetoavat ehdokkaat nousevat todennäköisesti Twitter-keskustelussa myönteisemmin esiin.

Vaikutelmien syntymisessä keskeisessä roolissa on mielipidejohtajuus. Park (2013) on todennut, että mielipidejohtajuudella on keskeinen rooli Twitterin käytössä. Muutamat mielipidejohtajat tviitteineen voivat vaikuttaa siihen, millaisia vaikutelmia puheenjohtajista muodostuu. Twitterin mielipidejohtajien tviittejä seurataan ja uudelleentviitataan useammin kuin tavallisten tviittaajien, jolloin tiettyjen ihmisten näkemykset leviävät tavallista laajemmalle. Julkisuuden henkilöillä on usein runsaasti seuraajia, joten heillä on muita suurempi mahdollisuus vaikuttaa tiettyjen näkemysten leviämiseen. On todennäköistä, että poliittiset taustajoukot, kuten kampanjatiimit, poliitikkojen avustajat ja muut taustahenkilöt, pyrkivät luomaan positiivista Twitter-keskustelua oman ehdokkaansa ympärille. Tällaista Twitter-ilmapiiiriin vaikuttamista on tapahtunut esimerkiksi Yhdysvalloissa presidentinvaalikampanjoinnin aikana (Kreiss 2014). Tässä tutkielmassa tviittaajat huomasivat, että ainakin SDP:n virallinen Twitter-tili uudelleentviittasi omaan ehdokkaaseen liittyviä tviittejä ahkerasti:

Epäilemättä #Rinne vetää hyvin #vaalitentti ssä, mutta @Demarit retweettaa nyt vähän liiankin innokkaasti. #vaalit2015 (21:00:03)

Aiemmin on havaittu, että poliittiset joukot pyrkivät vaikuttamaan ehdokkaista syntyviin näkemyksiin tviittaamalla positiivisia kommentteja omasta ehdokkaastaan ja ohjailemalla keskustelun kulkua ja puheenaiheita. Vaikka tässä tutkielmassa ei keskitytä tviittien lähettäjiin, tviittejä analysoitaessa huomattiin, että tiettyjen puolueiden jäsenet tviittasivat huomattavan paljon. Poliittinen agenda voi olla yhteydessä puheenjohtajista syntyviin vaikutelmiin. Twitterissä aktiiviset puolueet pystyvät ainakin teoriassa vaikuttamaan keskusteluun ja puheenjohtajista syntyviin vaikutelmiin niitä puolueita paremmin, jotka eivät ole aktiivisia Twitterissä. Puolueiden taustajoukkojen kommentointi voi kuitenkin erota yleisestä mielipiteestä, jolloin kommentointi vääristää keskustelusta syntyvää vaikutelmaa.

Live-tviiteissä tapahtuvaa vuorovaikutusta analysoitiin tarkastelemalla uudelleentviittauksia ja sellaisia tviittejä, jotka herättivät kommentointia. Lisäksi vuorovaikutusta herättäneiden tviittien tyylejä ja teemoja vertailtiin kaikkien tviittien tyyleihin ja teemoihin, jolloin prosentuaalisia suhdelukuja vertaamalla saatiin selville, olivatko tietyt tviittien ominaisuudet yhteydessä vuorovaikutuksen heräämiseen. Uudelleentviittauksia oli aineistossa 40,9 prosenttia kaikista tviiteistä ja keskustelun aikana lähetettyjä kommentteja keränneitä tviittejä oli 2,1 prosenttia. On siis selvää, että uudelleentviittaaminen oli kommentointia suositumpi vuorovaikutuksen muoto. Buschow ym. (2014, 144–145) ovat sanoneet, että poliittisiin keskusteluohjelmiin liittyvät tviitit ovat useimmiten uudelleentviittauksia. Vaikka tässä tutkielmassa uniikkeja tviittejä oli yli puolet kaikista tviiteistä, uudelleentviittaaminen vaikuttaa olevan hyvin suosittu vuorovaikutuksen muoto. Tviitteihin vastaamista puolestaan esiintyi hyvin vähän. Kommentoinnin pientä määrää voi selittää live-tviittaamisen hektisyys ja live-tviittien suuri määrä, jolloin tviittien reaaliaikainen seuraaminen ja niihin vastaaminen voi olla vaikeaa. Voi myös olla, että kommentointi ei tunnu mielekkäältä toiminnalta enää television katsomisen ja tviittien kirjoittamisen ja seuraamisen lisäksi. Toisaalta uudelleentviittaamisen helppous laskee kynnystä vuorovaikutukseen.

Vuorovaikutusta herättäneitä ja kaikkia tviittejä vertaamalla saatiin selville, ettei tviittien tyyleissä ollut merkittäviä eroja. Kantaa ottavat tviitit herättivät eniten sekä uudelleentviittauksia että vastauksia. Uudelleentviittausten tyyliä jakautuivat muuten samoin, mutta ainoastaan kysymystviittejä oli selvästi vähemmän uudelleentviittausten joukossa. Suhteessa kysymystviittien määrään, kysymykset eivät näyttäisi innostavan uudelleentviittaamiseen yhtä usein kuin muun tyyliiset tviitit. Erityisesti sellaiset tviitit, joissa näkyi tviittaajan oma näkemys, olivat suosittuja uudelleentviittaamisen kannalta. Näyttää siltä, että eniten uudelleentviittauksia keräsivät tviitit, jotka

sisälsivät eri tavoin näppäriä ja oivaltavia huomioita. Yllättävyys ja oivaltavuus näyttäisivät olevan ominaisuuksia, jotka toistuvat uudelleentviittauksissa. Vaikka myös vastauksia keränneet tviitit olivat yleisimmin kantaa ottavia, ne olivat samalla tavallista useammin kysymyksiä. Tulos ei ole sinällään yllättävä, sillä on loogista, että kysymykset herättävät vastauksia. Twitterissä tapahtuvaa vuorovaikutusta voi tiivistää toteamalla, että erityisesti kantaa ottavuus ja oivaltavuus saavat aikaan uudelleentviittauksia, kun taas vastauksia saavat kantaa ottavien tviittien lisäksi myös tviittaaajia herättelevät ja aktivoivat suorat kysymykset.

Kaikista suosituimpien vuorovaikutusta herättäneiden tviittien teemoja tarkastelemalla voidaan todeta, että poliittisiin toimijoihin liittyviä tviittejä pidetään kiinnostavina. Toisaalta keskustelun eteneminen ja luonne oli myös suosittu teema, mikä johtui varmasti vaalikeskustelun muutenkin paljon keskustelua herättäneestä kiireellisestä vaikutelmasta. Vuorovaikutusta siis herättivät enimmäkseen muut kuin varsinaiset poliittiset asiasisällöt. Tasa-arvoaiheisia tviittejä uudelleentviitattiin ahkerasti, mikä viittaa siihen, että tviittaaajat kiinnittivät huomiota tasa-arvokysymyksiin ja pitivät niitä tärkeinä. Tärkeää on kuitenkin huomioda, että yksikin hyvin suosittu ja useita uudelleentviittauksia saanut tviitti voi vaikuttaa olennaisesti tyylien ja teemojen määrien prosentuaaliseen jakautumiseen.

Tiettyjen tviittien herättämä vuorovaikutus ei välttämättä ole yhteydessä vain tviitin sisältöön, sillä tviitin lähettäjällä voi olla merkittävä rooli tviitin synnyttämän vuorovaikutuksen suhteen. Koska tunnetuilla ja vaikutusvaltaisilla henkilöillä on yleensä paljon seuraajia Twitterissä, yksittäiset tviitit voivat herättää runsaasti kommentointia ja uudelleentviittauksia. Puhutaan Twitterin mielipidejohtajuudesta (esim. Park 2013). Esimerkiksi Hawthorne ym. (2013, 557) tutkimuksessa politiikan ja median eliittien yksittäisiä tviittejä uudelleentviitattiin enemmän kuin tavallisten kansalaisten tviittejä. Salgado (2014, 272) vahvistaa näkemystä mielipidevaikuttamisesta toteamalla, että vaikka usealla on mahdollisuus tuoda oma äänensä kuuluviin internetissä, vain harvojen ääntä kuunnellaan. Samat internetin ulkopuoliset vaikutusvaltaiset henkilöt siis näyttävät kontrolloivan myös uusia viestintäkanavia. Fuchs (2014, 192) onkin todennut, ettei Twitter ole hänen mielestään demokraattinen media, vaikka se periaatteessa mahdollistaakin tavallisen ihmisen viestin leviämisen suurelle joukolle. Mielipidejohtajuus näyttää siis keskittyvän Twitterissä tunnettujen ja hyvin suosittujen käyttäjien varaan. Tässä tutkielmassa ei kiinnitetty huomiota tviittien lähettäjiin, mutta myös tässä tutkielmassa tiettyjen tviittien suosio voisi selittyä tviittaaajan julkisella roolilla ja runsaalla seuraajien määrällä.

7.2 Tutkielman arviointi

Tutkielman luotettavuuden kannalta on tärkeää, että analyysimenetelmät ovat päteviä. Tutkimuksessa käytetyillä menetelmillä pitää voida tutkia sitä, mitä tutkimuksessa oli tarkoituskin tutkia (Benoit 2011). Tässä tutkielmassa onnistuttiin vastaamaan sille asetettuun tutkimusongelmaan ja tutkimuskysymyksiin laadullisen ja määrällisen sisällönanalyysin keinoin. Sisällönanalyysi sopi tutkielman tavoitteisiin tarkastella live-tviittien sisältöjä, sillä sisällönanalyysi on tekstianalyysia, jossa yritetään etsiä tekstin merkityksiä ja pyritään saamaan kuvaus tutkittavasta ilmiöstä (Tuomi & Sarajarvi 1992, 195).

Laadullisessa tutkimuksessa tutkijan tulokset perustuvat aina tutkijan subjektiiviseen tulkintaan (Eskola & Suoranta 1998, 20–22). Tutkijan oma tulkinta on läsnä tässäkin tutkielmassa eikä siltä voi välttyä, kun tarkastellaan esimerkiksi puheenjohtajista syntyviä vaikutelmia. Myös tviittien tyylejä tarkastellessa tulkinnalla on oma osuutensa. Kun tviitti luokitellaan tyyliinsä yhteen, ensisijaiseen luokkaan, on ilmeistä, että kaikki eivät tulkitse tyylejä samoin. Erityisesti huumoriluokassa voi syntyä hajontaa, sillä sananvalintojen, kommenttien tai sarkasmin tulkitseminen on subjektiivista. Tulkintaeroja voi esiintyä myös teemoja tarkasteltaessa, mutta luultavasti vähemmän kuin tyylin kohdalla. Tviitti luokiteltiin teemansa perusteella tarpeen mukaan useampaan luokkaan, joten sen ensisijaista teemaa ei ollut tarpeen määritellä. Luokittelu teeman mukaan oli myös siksi hieman helpompaa, että tviitti itsessään sanavalintoineen kertoi, mistä aiheista siinä puhuttiin. Tyyliä piti sen sijaan tulkita rivien välistä. Tulkintaan liittyviä hankaluuksia pyrittiin kuitenkin kompensoimaan sillä, että luokitteluperiaatteet kirjoitettiin tarkasti ylös ja ne esiteltiin mahdollisimman kattavasti. Myös tutkija piti kirjaa siitä, millä perusteella tviitit luokiteltiin mihinkin luokkaan, ja luokittelussa pysyttiin johdonmukaisena koko analyysin ajan.

Benoit (2011, 272) sanoo, että kun luokittelua varten syntyneet kategoriat ovat selvillä, on tärkeää kirjata ylös kategorisoinnin periaatteet ja ohjeet aineiston koodaamiseen ja kategorisointiin. Ohjeissa tulisi kertoa perusasiat, kuten esimerkiksi kategorioiden nimet ja mikä osuus tekstistä analysoidaan. Ohjeissa tulisi myös määritellä kategoriat ja kertoa niistä esimerkkejä. Kvalitatiivisen aineiston arvioitavuutta parantaa aineiston luettelointi, tulkintaoperaatioiden jakaminen vaiheisiin ja tulkintasääntöjen avaaminen (Eskola & Suoranta 1998, 167). Tviittejä luokitellessa tutkija kirjasi ylös tviittien luokitteluperusteet, joita seurattiin johdonmukaisesti läpi analyysin. Tutkielmassa pyrittiin kuvaamaan tarkasti kaikki aineiston perusteella syntyneet luokat ja avaamaan lukijalle luokitteluperusteita. Kaikista luokitteluista myös pyrittiin esittämään mahdollisimman

havainnollistavia esimerkkejä. Luokitteluihin perehtymisen, luokitteluperusteluiden avaamisen ja esimerkkien esittämisen avulla pyrittiin läpinäkyvyyden lisäksi siihen, että ulkopuolisen tekijän olisi mahdollista hyödyntää luokitteluja mahdollisissa tulevilla tutkimuksissa.

On syytä tarkastella lähemmin aineiston perusteella syntynyttä tyyli luokittelua. Tyyli luokkia muotoutui yhteensä kahdeksan kappaletta aineiston pohjalta. Tyyli luokitukset esitettiin tutkielman tulososiossa ja tviitit luokiteltiin esiteltyjen luokitteluperiaatteiden perusteella. Tyyli luokituksia voidaan pitää sen perusteella onnistuneina, että aineistoa oli pääosin helppo luokitella. Luokitusperiaatteista kiinni pitämällä aineiston luokittelussa ei ilmennyt suurempia ongelmia. Hankalimpia luokkia olivat toteavat-luokka ja huumori-luokka, sillä nämä luokat vaativat muita luokkia enemmän tulkintaa. Toteavien tviittien kohdalla oli tärkeää muistaa, että jos tviitti oli arvolatautunut, se ei ollut toteava, vaan kantaa ottava. Toteavien tviittien kohdalla piti myös muistaa, että keskustelua selostavat tviitit olivat referoivia, eivät toteavia. Huumoritviittien analysoinnissa korostui huumorin subjektiivisuus, eli se, minkä tutkija tulkitsee huumoriksi. Huumoritviiteiksi luokiteltiin kuitenkin vain ne tviitit, joissa pyrittiin ensisijaisesti hauskuuttamaan. Aika ajoin hankaluuksia tuotti se, että tviitti piti luokitella tyyliltään vain yhteen ensisijaiseen luokkaan. Ensisijaista tyyliä valitessa tutkijan tulkinta korostui. Suurin osa tviiteistä kuului kuitenkin selkeästi yhteen tyyli luokkaan, eikä valintoja kahden tai useamman tyylin väliltä jouduttu tekemään jatkuvasti. Omaksi luokakseen muodostui kuitenkin kantaaottavat ja referoivat -tyyli luokka, koska suhteellisen monessa tviitissä esiintyi näitä kahta tyyliä. Monissa tviiteissä referoitiin ensin keskustelussa kuultua puheenjohtajaa ja sitten otettiin kantaa puheenjohtajan kommenttiin. Tällaiset yhdistelmät olivat melko yleisiä ja tviitin molemmat tyyli t, kantaa ottavuus ja referointi, olivat tviitin kannalta yhtä oleellisia. Edellä mainituista syistä luokittelua voidaan pitää tarpeellisenä.

Kantaa ottavia tviittejä oli yli puolet aineistosta, jolloin muiden tyyli siä tviittejä oli huomattavasti vähemmän. Voidaan pohtia, olisiko kantaa ottavien luokkaa pitänyt pilkkoa pienempiin osiin. Kantaa ottavista tviiteistä olisi voinut teoriassa erotella niin sanotut arvioivat tviitit, johon olisi kuulunut esimerkiksi puheenjohtajiin, toimittajiin, puolueisiin ja muihin toimijoihin liittyvät tviitit. Arvioivat tviitit olisivat eronneet kantaa ottavista siten, että niissä olisi arvioitu jotakin toimijaa. Kantaa olisi otettu puolestaan asioihin. Tyyli ltään arvioivat ja kantaa ottavat tviitit olisi tässä tapauksessa pitänyt analysoida suhteessa tviitin teemaan. Tällaista erottelua ei kuitenkaan tehty, sillä jaottelu olisi ollut haasteellinen ja se olisi vaikeuttanut luokittelun tulkintaa. Myös kantaa ottavan ja arvioivan tyylin tulkinta olisi eronnut muista tyyli luokista, kun tyyliä olisi pitänyt tarkastella suhteessa teemaan. Tyyli ejä ja teemoja yhdessä vertailemalla voidaan kuitenkin tarkastella esimerkiksi kantaa ottavien

tsittien yleisimpiä teemoja, jolloin luokan sisällöstä saadaan yksityiskohtaisempaa tietoa. Luokittelun onnistuneisuudesta kertoo osaltaan se, että muut-luokan tsittieä oli hyvin vähän.

Myös aineiston perusteella syntynyttä teemaluokittelua on syytä käydä läpi. Tsiittien teemoja tarkasteltaessa syntyi 11 isompaa teemakokonaisuutta ja 26 alaluokkaa. Kaikilla paitsi neljällä teemalla on alaluokkia. Teemat koettiin tarpeellisiksi, sillä ne jäsentävät aineistoa ja kokoavat ison määrän luokkia helpommin ymmärrettävään muotoon. Teemojen avulla voitiin myös tarkastella määrällisesti, mistä isommista aihekokonaisuuksista tsittattiin eniten. Yksitoista teemaa eivät kuitenkaan itsessään riittäneet kuvaamaan tsiittien aiheiden laajaa kirjoa, joten aineiston syvällisen tarkastelun kannalta nähtiin tarpeelliseksi perehtyä tsiittien aiheisiin suppeampien alaluokkien kautta.

Kuten sanottu, kaikilla teemoilla ei ollut alaluokkia. Luokittelua pienempiin osiin ei koettu tarpeelliseksi, jos kyseessä oli itsessään selkeä asiakokonaisuus tai jos alaluokkien jaottelu ei olisi antanut analyysille lisäarvoa. Esimerkiksi teemaan kehitysapu ja maahanmuutto liittyvät tsiitit käsittelivät usein sekä kehitysapua että maahanmuuttoa, samoin kuin ympäristöön ja energiaan liittyvät tsiitit liittyivät usein molempiin aiheisiin. Näissä tapauksissa teemoja ei ollut tarkoituksenmukaista jakaa kahtia. Alaluokkia ei ole myöskään teemoissa talous ja muut. Talouteen liittyvät tsiitit sivusivat monesti useaa talousaihetta samalla kertaa, kuten esimerkiksi leikkaamista, elvyttämistä, talouskasvua ja vientiä. Talousaiheiden limittymisen vuoksi koettiin paremmaksi, että talous on itsessään oma teemansa. Myöskään muut-teemaa ei jaettu alaluokkiin. Muut-teeman sisältämät aihealueet olivat niin pieniä, ettei jako useaan hyvin pieneen alaluokkaan olisi antanut analyysille lisäarvoa.

Teemojen ja alaluokkien sisäisiä kokoeroja voidaan tarkastella. Voidaan myös pohtia, onko teemoja ja alaluokkia sopiva määrä. Täytyy muistaa, että luokittelun ensisijainen tehtävä on esittää, mistä aiheista kansalaiset puhuvat, ei se, että luokista tehtäisiin mahdollisimman samankokoisia. Voidaan tietysti argumentoida, että suurikokoiset teemat ja luokat ovat liian laveita ja että niitä pitäisi jakaa edelleen pienemmiksi. Yhtätoista teemaa voidaankin jakaa pienemmiksi kokonaisuuksiksi, sillä teemat muodostuvat alaluokista. Alaluokkien sisältöä avataan vastaavasti tulososiossa siinä yhteydessä, kun kerrotaan, mitä asioita mihinkin alaluokkaan kuuluu. Alaluokkia on verrattain monta, jotta tutkielmassa tulisi monipuolisesti esille se, mistä aiheista tsiiteissä puhutaan. Eskola ja Suoranta (1998, 168) ovatkin sanoneet, että kun luokkia on vähän, on luokittelu helpompaa, mutta samalla jotakin olennaista aineistosta katoaa. Toisin sanoen, jos luokkia on vähän, luokittelu on luotettava, mutta aineistoa huonosti kuvaava. Useammat luokat paljastavat tsiittien aiheiden laajan kirjoa, ja vähäisempi alaluokkien määrä olisi heikentänyt sisällönanalyysin tarkkuutta. Luokkien

yhdisteleminen olisi voinut johtaa pienten, mutta mielenkiintoisten yksityiskohtien jäämiseen huomiotta. Teemaluokittelua voidaan pitää onnistuneena, sillä luokittelun avulla saatiin selville tviittien aiheet laajasti ja monipuolisesti. Aineiston luokittelu puheenaiheiden perusteella onnistui ilman ongelmia ennalta määriteltyjä luokkien luokitusperiaatteita noudattamalla.

Benoit'n (2011, 271) mukaan aineiston kategorioiden pitää olla tyhjentäviä siinä mielessä, että tärkeitä osia aineistosta ei jätetä huomiotta. Kategorioiden tulee myös olla toinen toisensa poissulkevia, eli yksi asia voi kuulua vain yhteen kategoriaan. Kategorioiden tulee olla myös oleellisia tutkimuskysymysten kannalta. Tutkielmassa tviittien tyylejä tarkasteltiin luokittelemalla kukin tviitti vain yhteen tyyliin sen mukaan, mikä oli tviitin ensisijainen tyyli. Teeman perusteella tviitit kuitenkin luokiteltiin tarvittaessa useampaan luokkaan. Tähän valintaan päädyttiin, sillä tviittien havaittiin olevan monimuotoisia ja käsittelevän useita eri aiheita samanaikaisesti. Määrällinen analyysi ja tyylien ja teemojen ristiintaulukointi olisi helpottunut, jos jokainen tviitti olisi kuulunut vain yhteen teemaluokkaan, mutta tutkielman painoarvo on laadullisessa sisällönanalyysissä. Jos jokainen tviitti olisi luokiteltu vain yhteen teemaluokkaan, merkittävä osa tviitin sisällöstä olisi kadonnut ja laadullinen sisällönanalyysi olisi kärsinyt huomattavasti.

Puheenjohtajista tviittien perusteella syntyviin vaikutelmiin pystyttiin vastaamaan kattavan sisällöllisen analyysin perusteella. Puheenjohtajiin liittyvät tviitit luokiteltiin kunkin puheenjohtajan mukaan ja luokittelun jälkeen tviitit käytiin läpi puheenjohtaja kerrallaan. Puheenjohtajista syntyvien vaikutelmien esittelyssä pyrittiin monipuoliseen analyysiin ja esimerkkien avulla haluttiin osuvasti havainnollistaa, minkälaisia kommentteja puheenjohtajat saivat. Analyysit perustuvat tutkijan omaan tulkintaan, kuten laadullisessa sisällön analyysissä aina (Eskola & Suoranta 1998, 20–22). Tutkija pyrki kuitenkin arvioimaan puheenjohtajia ilman, että tutkijan ennakoaseenteet olisivat vaikuttaneet analyysiin.

Tviittien vuorovaikutusta tarkasteltiin uudelleentviittauksia ja vastauksia analysoimalla. Uudelleentviittaamista ja vastaamista voidaan pitää olennaisina ja yksinä ainoista vuorovaikutuksen tavoista Twitterissä. Usein tviitillä pyritäänkin herättämään mahdollisimman paljon keskustelua, mikä näyttäytyy juuri uudelleentviittauksina ja vastauksina. Vuorovaikutusta herättäneiden tviittien tyylejä ja teemoja vertailtiin kaikkien tviittien tyyleihin ja teemoihin, jolloin prosentuaalisia suhdelukuja vertaamalla saatiin selville, olivatko tietyt tviittien ominaisuudet yhteydessä vuorovaikutuksen heräämiseen. Pelkästään tviittien tyylejä ja teemoja tarkastelemalla ei pystytty täysin vastaamaan siihen, mikä on erityistä vuorovaikutusta herättävissä tviiteissä. Tulevissa

tutkimuksissa tviittien sisältöjä tulisi analysoida aiempaa yksityiskohtaisemmin ottaen huomioon myös esimerkiksi tviittien lähettäjät. Tutkielman aineistoon sisällytettiin vain vaalikeskustelun aikana lähetetyt uudelleentviittaukset ja vastaukset, mikä voi osaltaan selittää suhteellisen vähäistä vuorovaikutuksen määrää. On mahdollista, että vilkkaampaa vuorovaikutusta olisi esiintynyt lähetyksen jälkeen, kun huomio ei olisi kiinnittynyt yhtä vahvasti keskustelun seuraamiseen. Vaalikeskustelun jälkeisessä tviittaamisessa kyse ei ole kuitenkaan enää varsinaisesta *live-tviittaamisesta*.

Aineisto kerättiin ohjelmoidusti NodeXL-ohjelmalla, joka on Excel-ohjelman ilmainen lisäosa. Ohjelmoitu keruu mahdollisti laajan aineiston keräämisen helposti ja nopeasti, ja 12 270 tviitin kerääminen manuaalisesti olisikin ollut mahdotonta. Aineisto kerättiin heti vaalikeskustelun päättymisen jälkeen Huhtamäen ja Parviaisen (2013, 267–207) ohjeiden mukaisesti. NodeXL:n tuottaman Excel-tiedoston tietojen perusteella pystyttiin tarkastelemaan tviittien sisältöjä, minkä perusteella tviittejä voitiin luokitella tyylien ja teemojen mukaisesti. Tviittien sisältöjä tarkastelemalla voitiin selvittää, millaisia vaikutelmia puheenjohtajista syntyi. Tiedoston perusteella nähtiin myös mitkä tviitit olivat uudelleentviittauksia, mitkä vastauksia ja mihin tviitteihin oli vastattu. Muun muassa aikaleimat ja tiedot tviittien lähettäjistä ja vastaanottajista täydensivät edellä mainittuja tietoja. Excel-tiedoston tietojen perusteella pystyttiin tekemään tutkielman kannalta olennaisia sisällöllistä ja määrällistä analyysia, jolloin myös tutkimusongelmaan pystyttiin vastaamaan.

Vaikka NodeXL:n tarjoaman Excel-tiedoston tietojen avulla pystyttiinkin vastaamaan kattavasti tämän tutkielman tutkimusongelmaan, NodeXL ei ole aineistonkerääjänä kuitenkaan ongelmaton. Verkkoaineiston ollessa laaja, aineistoa voi jäädä keruun ulkopuolelle (Moe & Larsson 2012, 120). Myös NodeXL jätti joitakin tviittejä keräämättä. MTV:n keräämässä saman vaalikeskustelun aikaisessa Twitter-aineistossa oli 13 622 tviittiä eli 1 352 tviittiä enemmän kuin tässä tutkielmassa. Näyttää siltä, ettei NodeXL kerännyt vaalikeskustelun ajalta kaikkia tviittejä, mutta ohjelma kuitenkin keräsi tviittejä tasaisesti koko keskustelun ajalta. Materiaalia siis kertyi tasaisesti kahden tunnin ajan. Tutkielmassa olisi voitu hyödyntää MTV:n aineistoa, mutta näin ei kuitenkaan tehty erinäisistä syistä. MTV:n aineisto sisälsi kaikki 18.3.2015 lähetetyt tviitit, jotka sisälsivät #vaalit2015-avainsanan. Tviitit oli siis kerätty koko päivän ajalta, mikä vaikutti Excel-tiedostossa oleviin tietoihin esimerkiksi uudelleentviittauksista. Vaikka tviitit rajattiin keskustelun ajalle, tiedot uudelleentviittausten määristä eivät vaihtuneet. Tässä tutkielmassa oli tarkoitus selvittää nimenomaan keskustelun aikaista vuorovaikutusta eli esimerkiksi sitä, kuinka monta uudelleentviittausta tviitti sai keskustelun aikana. Tiedosto ei siis muuttanut uudelleentviittausten määriä, vaikka aikaa olisikin

rajattu. NodeXL:n tuottama tiedosto kertoi kätevästi sen, oliko tviitti osa keskustelua, ja tiedosto mahdollisti myös sen alkuperäisen tviitin etsimisen, mihin vastaus oli tarkoitettu. Materiaaleja ei yhdistetty, koska eri hakuohjelmien tarjoamat Excel-tiedostot olivat muodoiltaan ja sisällöiltään erilaisia, jolloin tviiteistä ei olisi tämän tutkielman puitteissa saatu vertailukelpoisia. Eroavaisuudet aikaleimauksissa sekä uudelleentviittausten että vastautuviittien tiedoissa olisivat heikentäneet aineiston yhtenäisyyttä ja luotettavuutta. Aineiston keruuta voidaan pitää onnistuneena, vaikka keruuohjelma jätti huomiotta osan keskustelun aikana tulleista tviiteistä. Ohjelma keräsi tviittejä tasaisesti koko keskustelun ajalta ja ohjelman keräämiä 12 270 tviittiä voidaan pitää hyvin merkittävänä ja kattavana otoksena vaalikeskustelun aikaisesta live-tviittaamisesta. NodeXL-ohjelmalla haettujen tviittien avulla pystyttiin kattavasti vastaamaan tutkimusongelmaan ja -kysymyksiin.

Oman haasteensa Twitterin tutkimukselle luo ison tietomäärän hallinnan hankaluus. Tutkijan on pohdittava, mitä kaikkea keskusteluista pitää tallentaa. Twitterin laajan verkkoaineiston tarkoituksenmukainen rajaaminen voi olla hankalaa, mutta myös tarpeellista, jotta aineisto ei jäisi liian laveaksi. Toisaalta aineiston pitää samalla sisältää kaikki analyysin kannalta tarpeelliset tiedot. Laaksosen ja Matikaisen (2013, 203) mukaan keskusteluiden laajuuden lisäksi myös niiden polveilevuus ja pirstaloituminen muihin ympäristöihin hankaloittavat aineiston keräämistä. Tutkijan ymmärrys tutkittavasta verkkoympäristöstä kuitenkin helpottaa aineiston rajaamista (Laaksonen & Matikainen, 211). Verkkokeskusteluja keräävä ja analysoiva tutkija joutuu pohtimaan myös eettisiä kysymyksiä, kuten sitä, mikä on yksityistä ja mikä julkista tietoa. Verkkokeskustelujen tutkimista siis leimaavat laajan aineiston keräämisen ja analyysin haastavuus mutta myös tasapainottelu yksityisen ja julkisen tiedon välillä (Moe & Larsson 2012).

7.3 Jatkotutkimusehdotukset

Live-tviittaamisen tutkimus on toistaiseksi niukkaa, mutta kiinnostus on kasvavaa. Teoreettista tutkimusta kaivataan (Hardin 2014) ja muun muassa Twitterissä keskeistä mielipidevaikuttamista olisi syytä tarkastella. Stieglitz ja Dang-Xuan (2013, 1278) ovatkin todenneet, että sosiaalisen median vaikutusvaltaiset käyttäjät olisi syytä tunnistaa ja heidän käymäänsä keskustelua erityisesti vaalikampanjoinnin aikana tulisi seurata. Mielipidevaikuttamisella on keskeinen rooli Twitterissä (Park 2013), joten tviittaajien taustatietoja selvittämällä voitaisiin tutkia, onko vaalikeskustelun aikaisen tviittausaktiivisuuden ja poliittisen aktiivisuuden välillä yhteys. Näin voitaisiin esimerkiksi

selvittää, esiintyykö Suomessakin vaalikeskusteluiden aikana Kreissin (2014) tutkimuksessa havaittua järjestäytynyttä Twitter-ilmapiiriin vaikuttamista esimerkiksi puolueiden tai ehdokkaiden kampanjatiimien osalta. Olennaista olisi tarkastella esimerkiksi aktiivisimpien live-tviittaajien julkisia taustatietoja, jotta saataisiin selville, pyrkivätkö poliittisesti sitoutuneet henkilöt vaikuttamaan Twitter-keskusteluun tai poliitikoista syntyviin vaikutelmiin.

Mielenkiintoista olisi myös selvittää, onko tviitin synnyttämän vuorovaikutuksen määrä yhteydessä tviitin lähettäjän julkiseen asemaan tai seuraajien määrään. Tässä tutkielmassa huomiota ei kiinnitetty tviittien lähettäjiin, mutta tulevaisuudessa tviittaajan ja tviitin suosion välistä suhdetta kannattaisi tutkia. Lisätutkimusta kaivataan myös siitä, miten avainsanojen käyttö on yhteydessä tviitin herättämään vuorovaikutukseen, kuten uudelleentviittaamiseen tai kommentointiin. Tässä tutkielmassa analysoitiin vain vaalikeskustelun aikaisia live-tviittejä. Tulevissa tutkimuksissa aineistoon voisi olla mielekästä sisällyttää myös tviitit ennen ja jälkeen vaalikeskustelun, jotta näiden tviittien teemoja ja tyylejä voitaisiin verrata live-tviitteihin. On esimerkiksi mahdollista, että etenkin vaalikeskustelun jälkeisissä tviiteissä arvioidaan puheenjohtajien onnistumista keskustelussa.

Tutkimuksen mukaan live-tviittaaminen aktivoi katselemista (Huotari 2014), tekee katselukokemuksesta mukaansatempaavampaa (Houston, Hawthorne ym. 2013; Huotari 2014) ja lisää oppimista vaalikeskustelusta (esim. Houston, Hawthorne ym. 2013). Live-tviittaaminen voi parhaimmillaan siis aktivoida kansalaisia kiinnostumaan politiikasta, minkä voi osaltaan nähdä olevan myös vaalikeskusteluiden perimmäinen tarkoitus. Live-tviittaaminen voi edistää jopa demokratian toteutumista, jos kansalaiset kiinnostuvat politiikasta entistä enemmän ja seuraavat poliittista keskustelua entistä aktiivisemmin. Vaalikeskustelun aikaisen live-tviittaamisen ja äänestysaktiivisuuden välistä yhteyttä tulisikin selvittää. Jos live-tviittaaminen innostaa kansalaisia poliittiseen keskusteluun osallistumisen lisäksi äänestämään entistä aktiivisemmin, voidaan todeta, että sosiaalinen katsominen parantaa demokratian toimivuutta.

KIRJALLISUUS

- Almonkari, M. & Isotalus, P. 2012. Two perspectives on the communication skills of political leaders. *International Journal of Strategic Communication* 6, 246–247.
- Anttila, T. 2006. Eduskuntavaaleista pääministerivaaleiksi. Teoksessa Pernaa, V. & Pitkänen, V. (toim.) *Poliitikot taistelivat – media kertoo. Suomalaisen politiikan mediapelejä 1981–2006*. Helsinki: Ajatus kirjat, 159–192.
- Bechmann, A. & Lomborg, S. 2013. Mapping actor roles in social media: different perspectives on value creation in theories of user participation. *New Media & Society* 15 (5), 765–781.
- Bekafigo, M. A. & McBride, A. 2013. Who tweets about politics? Political participation of Twitter users during the 2011 gubernatorial elections. *Social Science Computer Review* 31 (5), 625–643.
- Benoit, W. L. 2011. Content analysis in political communication. Teoksessa Bucy, E. P. & Holbert, R. L. (toim.) *The sourcebook for political communication research*. New York: Routledge, 268–279.
- Bimber, B. 2012. Digital media and citizenship. Teoksessa Semetko, H. A. & Scamell, M. (toim.) *The SAGE handbook of political communication*. Los Angeles: SAGE, 115–126.
- Buschow, C., Schneider, B. & Ueberheide, S. 2014. Tweeting television: exploring communication activities on Twitter while watching TV. *Communications* 39 (2), 129–149.
- Coddington M., Molyneux L. & Lawrence R. G. 2014. Fact checking the campaign: how political reporters use Twitter to set the record straight (or not). *The International Journal of Press/Politics* 19 (4), 391–409.
- Cohen, C. J. & Kahne, J. 2012. Participatory politics. New media and youth political action. http://ypp.dmlcentral.net/sites/default/files/publications/Participatory_Politics_Report.pdf Viitattu 1.6.2015

Coleman, S. & Blumler, J. G. 2012. The internet and citizenship: democratic opportunity or more of the same? Teoksessa Semetko, H. A. & Scamell, M. (toim.) The SAGE handbook of political communication. Los Angeles: SAGE, 141–152.

Elo, K. & Hatakka, N. 2015. Eduskuntavaalit sähköistivät Twitterin. <http://www.uutistamo.fi/eduskuntavaalit-sahkoistivat-twitterin/> Viitattu 3.7.2015

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Finnpanel 2015. Tv-mittaritutkimuksen tuloksia. <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vko/> Viitattu 12.5.2015.

Fuchs, C. 2014. Social media: a critical introduction. Los Angeles: Sage.

Hakala, S. & Vesa, J. 2013. Verkkokeskustelut ja sisällön erittely. Teoksessa Laaksonen, S.-M., Matikainen, J. & Tikka, M. (toim.) Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Tampere: Vastapaino, 216–244.

Hardin, M. 2014. Moving beyond description: Putting Twitter in (theoretical) context. Communication & Sport 20 (4), 3–6.

Hawthorne, J., Houston J. B. & McKinney, M. S. 2013. Live-tweeting a presidential primary debate: exploring new political conversations. Social Science Computer Review 31 (5), 552–562.

Himmelboim, I. 2014. Political television hosts on Twitter: examining patterns of interconnectivity and self-exposure in Twitter political talk networks. Journal of Broadcasting & Electronic Media 58 (1), 76–96.

Huhtamäki, J. & Parviainen, O. 2013. Verkstoanalyysi sosiaalisen median tutkimuksessa. Teoksessa Laaksonen, S.-M., Matikainen, J. & Tikka, M. (toim.) Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Tampere: Vastapaino, 245–273.

Huotari, K. 2014. Experientializing – how c2c communication becomes part of the service experience. The case of live-tweeting and tv-viewing. Helsinki: Edita Prima Ltd.

Houston, J. B., Hawthorne, J., Spialek, M. L., Greenwood, M. & McKinney M. S. 2013. Tweeting during presidential debates: effect on candidate evaluations and debate attitudes. *Argumentation & Advocacy* 49 (4), 301–311.

Houston J. B., McKinney M. S., Hawthorne J. & Spialek M. L. 2013. Frequency of tweeting during presidential debates: effect on debate attitudes and knowledge. *Communication Studies* 64 (5), November-December 2013, 548–560.

How popular is twitter.com? <http://www.alex.com/siteinfo/twitter.com> Viitattu 28.5.2015

How popular is weibo.com? <http://www.alex.com/siteinfo/weibo.com> Viitattu 28.5.2015

Isotalus, P. 1996. Vaalikeskustelu ylittää uutiskynnyksen – Mitä sanomalehdet kirjoittavat television vaaliohjelmista? *Politiikka* 38 (4), 229–239.

Isotalus, P. 1998. Johdanto: Poliittinen viestintäkulttuuri lähtökohtana. Teoksessa Isotalus, P. (toim.) *Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa*. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy, 7–17.

Isotalus, P. 2000. Tunteita ja reaktioita televisiossa. Ahon ja Halosen nonverbaalinen viestintä. Teoksessa Isotalus, P. & Aarnio, E. (toim.) *Presidentti 2000. Mistä vaalit on tehty?* Jyväskylä: SoPhi, 155–173.

Isotalus, P. 2009. Agreement and disagreement in focus: a cultural perspective on televised electoral debates. Teoksessa Wilkins, R. & Isotalus, P. (toim.) *Speech culture in Finland*. Lanham: University press of America, 191–208.

Isotalus, P. 2011. Analyzing presidential debates: functional theory and Finnish political communication culture. *Nordicom Review* 32 (1), 31–43.

Isotalus, P. & Almonkari, M. 2014. Mediatization and political leadership. Perspectives of the Finnish newspapers and party leaders. *Journalism Studies* 15 (3), 289–303.

- Isotalus, P. & Pörhölä, M. 1998. Mikä presidenttiehdokkaiden televisiokeskustelussa kiinnostaa nuoria? Teoksessa Isotalus, P. (toim.) Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy, 18–37.
- Jones, J. 2014. Switching in Twitter's hashtagged exchanges. *Journal of Business and Technical Communication* 28 (1), 83–108.
- Karpf, D., Kreiss, D., Nielsen, R. K. & Powers, M. 2015. The role of qualitative methods in political communication research: past, present and future. *International Journal of Communication* 9 (2015), 1888–1906.
- Karvonen, L. 2009. Poliitiikan henkilöityminen. Teoksessa Borg, S. & Paloheimo, H. (toim.) Vaalit yleisödemokratiassa. Tampere: Tampere University Press, 94–125.
- Kobayashi, T. & Ichifuji, Y. 2015. Tweets that matter: evidence from a randomized field experiment in Japan. *Political Communication* 00, 1–20.
- Kreiss, D. 2014. Seizing the moment: the presidential campaigns' use of Twitter during the 2012 electoral cycle. *New Media & Society*. Advance online publication. doi:10.1177/1461444814562445
- Laaksonen, S.-M. & Matikainen, J. 2013. Tutkimuskohteena vuorovaikutus ja keskustelu verkossa. Teoksessa Laaksonen, S.-M., Matikainen, J. & Tikka, M. (toim.) Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Tampere: Vastapaino, 193–215.
- Laaksonen S.-M., Matikainen J. & Tikka M. 2013. Tutkimusotteita verkosta. Teoksessa Laaksonen S.-M., Matikainen J. & Tikka M. (toim.) Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Tampere: Vastapaino, 9–33.
- Larsson, A. O. 2013. Tweeting the viewer – use of Twitter in a talk show context. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 57 (2), 135–152.
- Larsson, A. O. & Moe, H. 2012. Studying political microblogging: Twitter users in the 2010 Swedish election campaign. *New Media & Society* 14 (5), 729–747.

- Lindholm, M. 2015. Todellinen pöhinä käydään vaaliurnilla – #vaalit2015-data, osa2. <http://blog.themartti.com/2015/03/23/todellinen-pohina-kaydaan-vaaliurnilla-vaalit2015-data-osa2/> Viitattu 4.7.2015
- Littlejohn, S. W. & Foss, K. A. 2008. Theories of human communication. Belmont: Thomson Wadsworth.
- McKinney, M. S., Houston, J. B. & Hawthorne, J. 2014. Social watching a 2012 republican presidential primary debate. *American Behavioral Scientist* 58 (4), 556–573.
- McNair, B. 2014. The media as political actors. Teoksessa Reinemann, C. (toim.) *Political communication*. Berliini: De Gruyter Mouton, 289–303.
- Moe, H. & Larsson, A. O. 2012. Methodological and ethical challenges associated with large-scale analyses of online political communication. *Nordicom Review* 33 (1), 117–124.
- Niemi, M. K. 2006. Onko yksityiselämästä presidentintekijäksi? Teoksessa Pernaa, V. & Pitkänen, V. (toim.) *Poliitikot taistelivat – media kertoo. Suomalaisen politiikan mediapelejä 1981–2006*. Helsinki: Ajatus kirjat, 228–271.
- Nummela, T. 2013a. Suomi-Twitter. <http://www.toninummela.com/suomi-twitter/> Viitattu 11.8.2015.
- Nummela, T. 2013b. Suomalaiset liittyvät Twitteriin nyt ennätysvauhtia. <http://www.toninummela.com/blog/2013/07/suomalaiset-liittyvat-twitteriin-nyt.html> Viitattu 11.8.2015.
- Oikeusministeriön tulospalvelu 2015. <http://tulospalvelu.vaalit.fi/E-2015/> Viitattu 19.7.2015
- Opetus- ja kulttuuriministeriö 2011. Lasten ja nuorten osallistuminen päätöksentekoon Suomessa. Euroopan neuvoston politiikkatutkinta. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2011:27. <http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2011/liitteet/OKM27.pdf?lang=fi> Viitattu 12.8.2015.

Park, C. S. 2013. Does Twitter motivate involvement in politics? Tweeting, opinion leadership, and political engagement. *Computers in Human Behavior* 29 (4), 1641–1648.

Pernaa, V., Pitkänen, V. & Railo, E. 2006. Poliitiikan peleistä mediapeleihin. Teoksessa Pernaa, V. & Pitkänen, V. (toim.) *Poliitikot taistelivat – media kertoo. Suomalaisen politiikan mediapelejä 1981–2006*. Helsinki: Ajatus kirjat, 272–281.

Pitkänen, V. 2006. Kun ylivoimainen kansansuosikki haastetaan presidentinvaaleissa. Teoksessa Pernaa, V. & Pitkänen, V. (toim.) *Poliitikot taistelivat – media kertoo. Suomalaisen politiikan mediapelejä 1981–2006*. Helsinki: Ajatus kirjat, 193–227.

Pitkänen, V. 2014. Puolueiden keskustelutilaisuuksista mediatapahtumiksi. Turku: Turun yliopisto.

Pönkä, H. 2015. Eduskuntavaalit ja ehdokkaiden sosiaalinen verkosto Twitterissä. *Tietoasiantuntija* 2–3/2015, 16–18.

Ruonala, K-M. 1998. Presidenttiehdokkaat televisiohaastattelussa. Teoksessa Isotalus, P. (toim.) *Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa*. Jyväskylä: Atena, 38–68.

Salgado, S. 2014. The media of political communication. Teoksessa Reinemann, C. (toim.) *Political communication*. Berliini: De Gruyter Mouton, 269–287.

Silverman, M. 2010. What Twitter's trending topics told us about the world in 2010 [charts]. <http://mashable.com/2010/12/22/top-twitter-trends-2010-charts/> Viitattu 28.5.2015

Stieglitz, S. & Dang-Xuan, L. 2013. Social media and political communication: a social media analytics framework. *Social Network Analysis and Mining* 3 (4), 1277–1291.

Strauss, V. 2015. How Twitter is changing the national Common Core debate. <http://www.washingtonpost.com/blogs/answer-sheet/wp/2015/02/25/how-twitter-is-impacting-the-national-common-core-debate/> Viitattu 12.7.2015

Strömbäck, J. 2008. Four phases of mediatization: an analysis of the mediatization of politics. *The International Journal of Press/Politics* 13, 228–246.

STT 2015. Vihreät somen käytön kärjessä. Julkaistu Aamulehdessä 20.7.2015.

STT Info 2015. Eduskuntavaaleista tuli hashtag-vaalit. https://www.sttinfo.fi/release?releaseId=26407734&utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter Viitattu 3.7.2015.

Tiittula, L., Nuolijärvi, P. & Isotalus, P. 2007. Halosen ja Niinistön esiintymistyyliä television vaalikeskustelussa. Teoksessa Isotalus, P. & Borg, S. (toim.) Presidentinvaalit 2006. Helsinki: WSOY, 115–136.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2003. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. Helsinki: Tammi.

Turtiainen, R. & Östman, S. 2013. Verkkotutkimuksen eettiset haasteet: Armi ja anoreksia. Teoksessa Laaksonen, S.-M., Matikainen, J. & Tikka, M. (toim.) Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Tampere: Vastapaino, 49–67.

Twitter 2012. Terms of service. <https://twitter.com/tos> Viitattu 23.7.2015

Wass, H. & Lahtinen, H. 2015. Hyvinvoiva ja motivoitu nuori äänestää. <http://www.aviisi.fi/2015/04/hyvinvoiva-ja-motivoitu-nuori-aanestaa/> Viitattu 12.8.2015.

Wohn, Y. & Na, E.-K. 2011. Tweeting about TV: sharing television viewing experiences via social media message streams. <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3368/2779> Viitattu 4.7.2015

LIITTEET

LIITE 1

Uudelleentviittaukset ja vastauksia saaneet tviitit teemoittain

TEEMA	UUELLEEN- TVIITTAUKSET (kpl)	OSUUS KAIKISTA UUELLEEN- TVIITTAUK- SISTA (%)	VASTAUKSIA SAANEET TVIITIT (kpl)	OSUUS KAIKISTA VASTAUKSIA SAANEISTA TVIITEISTÄ (%)
puheenjohtaja	1486 kpl	29,6 %	67 kpl	25,7 %
keskustelun eteneminen ja luonne	795 kpl	15,9 %	55 kpl	21,1 %
talous	396 kpl	7,9 %	20 kpl	7,7 %
Twitter	271 kpl	5,4 %	13 kpl	5,0 %
verot	246 kpl	4,9 %	13 kpl	5,0 %
puolue	246 kpl	4,9 %	12 kpl	4,6 %
muut	240 kpl	4,8 %	13 kpl	5,0 %
turvallisuus- ja puolustus- politiikka	234 kpl	4,7 %	18 kpl	6,9 %
työllisyys	228 kpl	4,5 %	8 kpl	3,1 %
koulutus	187 kpl	3,7 %	10 kpl	3,8 %
tasa-arvo	170 kpl	3,4 %	7 kpl	2,7 %
toimittajat	159 kpl	3,2 %	5 kpl	2,0 %
perhepolitiikka	125 kpl	2,5 %	3 kpl	1,1 %
kehitysapu ja maahanmuutto	110 kpl	2,2 %	2 kpl	0,7 %
valtionvelka	80 kpl	1,6 %	8 kpl	3,0 %
hallitus	78 kpl	1,6 %	4 kpl	1,5 %

TEEMA	UUELLEEN- TVIITTAUKSET (kpl)	OSUUS KAIKISTA UUELLEEN- TVIITTAUK- SISTA (%)	VASTAUKSIA SAANEET TVIITIT (kpl)	OSUUS KAIKISTA VASTAUKSIA SAANEISTA TVIITEISTÄ (%)
palkka	77 kpl	1,5 %	6 kpl	2,3 %
uudistukset	74 kpl	1,5 %	4 kpl	1,5 %
yrittäminen	72 kpl	1,4 %	5 kpl	1,9 %
velkakello	61 kpl	1,2 %	2 kpl	0,8 %
ympäristö ja energia	61 kpl	1,2 %	2 kpl	0,8 %
ulkopolitiikka	58 kpl	1,2 %	2 kpl	0,8 %
muut poliittiset henkilöt	55 kpl	1,1 %	0 kpl	0,0 %
yhteistyö ja konsensus	53 kpl	1,1 %	1 kpl	0,4 %
sanavalinnat	49 kpl	1,0 %	3 kpl	1,0 %
tulevaisuus	24 kpl	0,5 %	1 kpl	0,4 %
julkinen sektori	18 kpl	0,4 %	0 kpl	0,0 %
konkretia ja keinot	16 kpl	0,3 %	1 kpl	0,4 %
valtion ict- kulut	11 kpl	0,2 %	1 kpl	0,4 %
byrokratia	4 kpl	0,1 %	0 kpl	0,0 %